Overzicht onderzoek (2007-2017) naar interesse voor, betekenisgeving aan en omgang met de Tweede Wereldoorlog in Nederland

September 2017
Afdeling Sociologie - Universiteit Utrecht

Universiteit Utrecht

Data/onderzoek	Jaar	Pagina
Inleiding		4
Onderzoek 4 en 5 mei	2007	7
Nationaal Vrijheidsonderzoek Kennisonderzoek	2007	9
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2007	12
Effectonderzoek Campagne ‘4 en 5 mei’	2007	15
Nationaal Vrijheidsonderzoek Gemeenteonderzoek	2008	18
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2008	21
Publieksonderzoek bij SNMKA	2008	23
Effectonderzoek Campagne ‘4 en 5 mei’	2008	25
Onderzoek Bevrijdingsfestivals	2008	28
Publieksonderzoek 4 mei	2009	33
Nationaal Vrijheidsonderzoek Opinieonderzoek	2009	34
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2009	35
Effectonderzoek Campagne ‘4 en 5 mei’	2009	38
Nationaal Vrijheidsonderzoek Opinieonderzoek	2010	41
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2010	43
Toerisme naar begraafplaatsen De motieven van bezoekers van Nederlandse monumentale begraafplaatsen.	2010	45
Onderzoek Nationale Dodenherdenking	2010	47
WO 2.0	2010	49
Effectonderzoek Campagne ‘4 en 5 mei’	2010	51
Remembering war to walk in the park at liberty	2011	55
Jongeren over Oorlog Herdenken	2011	56
Nationaal Vrijheidsonderzoek Kennisdeel	2011	60
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2011	62
Nationalism and the national dimension of cultural consumption Wave 1	2011	64
Effectonderzoek Campagne ‘4 en 5 mei’	2011	65
Understanding visitor's motivation at sites of death and disaster: the case of former transit camp Westerbork, the Netherlands	2011	
Onderzoek Start Nationale Viering	2012	69
Nationaal Vrijheidsonderzoek Kennisdeel	2012	71
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakdeel	2012	73
Effectonderzoek Campagne ‘4 en 5 mei’	2012	75
Onderzoek Bevrijdingsfestivals	2012	78
Nationaal Vrijheidsonderzoek: Gemeenteonderzoek	2013	81
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2013	84
Herdenken Duitsers	2013	86
Herdenken Duitsers jongeren	2013	87
Effectonderzoek Campagne ‘4 en 5 mei’	2013	88
Effectonderzoek Campagne ‘4 en 5 mei’	2014	91
Tevredenheidsonderzoek Tentoonstelling De Tweede Wereldoorlog in 100 Voorwerpen	2014	94
Oorlog in de klas	2014	96
Gebruik van speelfilms over de Tweede Wereldoorlog in de les	2014	98
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2014	101
Onderzoek Bevrijdingsfestivals	2014	103
Herdenken Duitsers	2014	105
Freedom and Liberation Day in the Netherlands LISS panel	2014	106

Freedom and Liberation Day in the Netherlands LISS Immigrantenpanel	2014	107
Holocaust concentration camp memorial sites: an exploratory study into expected emotional response/ Understanding Dutch visitors' motivations to concentration camp memorials	2014	
Nationale dodenherdenking	2015	108
Publieks-onderzoek 70 Jaar Vrijheid	2015	109
Herdenken en vieren in Nederland	2015	111
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2015	113
De Nederlandse belangstelling voor de Tweede Wereldoorlog	2015	116
Onderzoek Nationale Dodenherdenking	2015	119
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2015	121
Mémoires à Venir	2015	125
In de schaduw van de oorlog: Activiteiten en behoeften van de tweede en derde generatie WOII-getroffenen	2015-2016	128
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2016	131
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2016	133
Children of Immigrants Longitudinal Study in the Netherlands – Wave 5	2016	136
Children of Immigrants Longitudinal Study in the Netherlands – Schoolproject 2.0	2016	137
Oorlogsverhalen in de klas	2016	138
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2017	140
Herdenken in heterogene samenlevingen - LISS panel	2017	142
Contactgegevens		144

Inleiding
In april 2016 is het Platform WOII opgericht. Het Platform WOII is een samenwerking tussen het Nationaal Comité 4 en 5 mei (NC), de Oorlogsgravenstichting, de Samenwerkende Musea en Herinneringscentra 40-45 (SMH), het Instituut voor Oorlogs-, Holocaust en Genocidestudies (NIOD) en de Stichting Liberation Route Europe (SLRE). Het Platform WOII stelt zich ten doel om gezamenlijk de betekenis van de Tweede Wereldoorlog over te brengen aan een breder en diverser publiek. Door goed samen te werken kan een kwalitatief en kwantitatief beter resultaat van de inspanningen van alle partijen worden bereikt. Voor deze partijen is het nuttig om zicht te krijgen op het gezamenlijke publiek dat ze bereiken, maar ook op (deels of geheel) nieuwe publieksgroepen. Om dit in kaart te brengen is binnen het Platform een domein overstijgend doelgroepenonderzoek opgezet.

Doelstellingen
Het Doelgroepenonderzoek heeft de volgende doelstellingen:
• Input leveren voor beleidsvorming van de organisaties binnen het Platform en daardoor dus dienstbaar zijn aan de doelstellingen van organisaties in het Platform;
• Voortbouwen op en verbanden leggen tussen eerdere onderzoeken;
• Inzicht bieden in de positie die het onderwerp Tweede Wereldoorlog inneemt ten opzichte van andere thema's en mogelijke tijdsbestedingen; kortom de mentaliteitsprofielen van 'consumenten';
• Een gedeelde en gedragen kennisbasis bieden voor alle leden van het Platform.

Hoofdvraag
De hoofdvraag van het doelgroepenonderzoek luidt als volgt:
Wat is de interesse voor, betekenisgeving aan en de omgang met de Tweede Wereldoorlog[1] *van Nederlanders (leeftijd 18+)?*

Hieronder worden de hoofdbegrippen uit de vraagstelling nader geduid:
• *Interesse voor*: de mate waarin de Tweede Wereldoorlog een plek heeft in de hoofden en harten van inwoners van Nederland, als ook de motivatie van mensen om wel of niet iets met het onderwerp te (willen) doen. Hier vallen bijvoorbeeld vragen onder als interesse voor de Tweede Wereldoorlog, ook ten opzichte van andere (historische) gebeurtenissen. Ook steun voor 4 en 5 mei en herdenken en vieren in het algemeen vallen in de categorie interesse in de Tweede Wereldoorlog.

• *Betekenisgeving aan*: de rol die de Tweede Wereldoorlog wel of niet speelt in het persoonlijk leven van Nederlanders, oftewel de vraag wat de oorlog betekent voor een persoon (hiermee wordt individuele betekenisgeving en niet collectieve betekenisgeving bedoeld). Hier vallen vragen onder over de mate waarin de Tweede Wereldoorlog voor mensen persoonlijk van belang is en welke invloed deze oorlog heeft op hoe mensen nu in het leven staan. Bijvoorbeeld in hoeverre deze oorlog hun denken over de huidige samenleving en vrijheid beïnvloedt. Ook emoties en gevoelens die mensen ervaren bij het denken/bezig zijn met de Tweede Wereldoorlog vallen hieronder.

[1] *Tweede Wereldoorlog*: de Tweede Wereldoorlog wordt opgevat als de periode van september 1939 tot en met augustus 1945 in Europa, Azië en elders inclusief aanloop en nasleep;

• *Omgang met/participatie*: de wijze waarop inwoners van Nederland actief of passief 'iets doen' met de oorlog (actief handelen of anderszins zichtbaar maken van deze betrokkenheid versus passief ondergaan). Concreet betekent dit bijvoorbeeld in hoeverre mensen oorlogsgraven, monumenten en herinneringscentra bezoeken, herdenkingen bijwonen, de Bevrijding vieren op 5 mei, tentoonstellingen**,** theatervoorstellingen en musicals over de oorlog bezoeken, documentaires en films over de Tweede Wereldoorlog kijken, persoonlijke gesprekken over de Tweede Wereldoorlog voeren, papieren en digitale archieven raadplegen, de website tweedewereldoorlog.nl of andere websites over de Tweede Wereldoorlog bezoeken, romans en geschiedenisboeken lezen en games en apps over de Tweede Wereldoorlog gebruiken.

Projectorganisatie
De projectgroep Doelgroepenonderzoek wordt geleid door Annelieke Drogendijk (Arq). In de projectgroep hebben zitting: Kees Ribbens en Erik Somers (NIOD) en Froukje Demant en Niels Weitkamp (Nationaal Comité 4 en 5 mei) en Bob Erinkveld (Arq). Frank van Vree (NIOD) en Jan van Kooten (Nationaal Comité) treden namens het Platform WOII op als gedelegeerd opdrachtgever. Het onderzoek wordt uitgevoerd door een gelegenheidscoalitie bestaande uit de afdeling sociologie van de Universiteit Utrecht (Sabrina de Regt) en onderzoeksbureau Motivaction (Ikrame Azaaj en Jasper Visscher). Dit consortium is gekozen na een offertetraject waarin vier verschillende organisaties hebben geparticipeerd.

Opzet onderzoek
Het Doelgroepenonderzoek bestaat uit drie deelprojecten:
1. Inventarisatie en verdere analyse van bestaand onderzoek en bestaande data;
2. Nieuw kwantitatief onderzoek onder de Nederlandse bevolking;
3. Implementatietraject voor de Platform-partners.

Voorliggend overzicht is het resultaat van het eerste traject "Inventarisatie en verdere analyse van bestaand onderzoek en bestaande data". In dit overzicht is voor de herinneringssector relevant en reeds uitgevoerd publieksonderzoek in kaart gebracht. Het doel hiervan is ten eerste het inzichtelijk maken van kennishiaten waardoor het nieuwe doelgroepenonderzoek voor Platform WOII effectiever ingezet kan worden en geen herhaling is van eerdere onderzoeken. Het doel is echter ook om een handzaam en duurzaam overzicht te maken waar ook in de toekomst op voorgebouwd kan worden. Zodat ook in de toekomst onderzoeksmiddelen effectiever en nauwkeuriger ingezet kunnen worden en voorkomen wordt dat onderzoekspartijen in de toekomst "het wiel opnieuw uitvinden". In dit overzicht wordt van alle onderzoeken een korte samenvatting gegeven. Bij elk onderzoek is, indien beschikbaar, een hyperlink opgenomen waar de lezer meer informatie over het onderzoek en/of de data kan vinden. Ook is per onderzoek aangegeven in welk jaar het onderzoek uitgevoerd/gepubliceerd is, wie de opdrachtgever van het onderzoek was, wie het onderzoek heeft uitgevoerd en of er aandacht wordt besteed aan interesse in, betekenisgeving aan en/of omgang met de Tweede Wereldoorlog.

Er is het afgelopen decennium heel veel onderzoek gedaan naar de Tweede Wereldoorlog. Om opgenomen te worden in het overzicht moest het onderzoek aan een aantal voorwaarden voldoen. Ten eerste is afgesproken, door de partners van het Platform WOII, om in dit overzicht enkel onderzoeken op te nemen die in of na 2007 zijn uitgevoerd/gepubliceerd. Verder moet er voor het onderzoek gebruik gemaakt zijn van een steekproef waar mensen bevraagd zijn over de interesse in, betekenisgeving aan en/of omgang met de Tweede

Wereldoorlog. Dit kunnen zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeken zijn. Tot slot zijn in dit overzicht enkel onderzoeken opgenomen die (ook) Nederlandse data bevatten.

Wij hebben uiteraard getracht alle relevante onderzoeken op dit onderwerp in dit overzicht op te nemen. Mist u onverhoopt toch een onderzoek in dit overzicht? Laat het ons dan zeker weten! Achter in dit boekje vindt u onze contactgegevens.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Onderzoek 4 en 5 mei	2007	Nederlanders	RTL Nieuws	TNS Nipo			

Onderzoeksopzet
Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van RTL Nieuws door middel van het TNS NIPObase. Het veldwerk vond plaats van 19 tot en met 22 april 2007. In totaal werden 1100 personen van 18 jaar en ouder ondervraagd (*n*=1.100). Bovendien werd op 3 mei 2007 een flitspeiling (methode: TNSNIPObase CATI) onder 600 Nederlanders van 18 jaar en ouder gehouden (n=600).

Toekomst Dodenherdenking
Ruim een op de acht Nederlanders (13%) is niet van plan stil te zijn om acht uur 's avonds tijdens de nationale dodenherdenking. Een overgrote meerderheid (87%) zal echter wel twee minuten stilte in acht nemen. Dit is grofweg gelijk aan het aantal mensen dat in 1996 aangaf stil te zullen zijn. Elf jaar geleden dacht dertien procent van de Nederlanders dat de dodenherdenking, zoals wij die kennen, tien jaar later niet meer zou bestaan. Deze mensen hebben dus ongelijk gekregen. In 2007 denkt zeventien procent van de ondervraagden dat er over tien jaar geen dodenherdenking meer zal zijn. Een op de tien Nederlanders denkt tijdens dodenherdenking aan niets.

Een kwart van de automobilisten rijdt door
Van de mensen die aangeven (waarschijnlijk) stil te zullen zijn, zegt 63 procent de auto te stoppen wanneer zij om acht uur in de auto mochten zitten. Ruim een kwart (27%) geeft aan dit niet te zullen doen.

Uitzending ceremonie op de Dam is het meest populair
Op de vraag of mensen om acht uur naar een televisieprogramma gaan kijken dat in het teken staat van de dodenherdenking, antwoordt bijna één op de drie dat niet te zullen doen. De uitzending van de herdenking op de Dam in Amsterdam is het meest populair, gevolgd door de uitzending van de ceremonie op de Waalsdorpervlakte. Een klein gedeelte van de bevolking (4%) zegt zelf een ceremonie bij te wonen.

Weinig animo voor een internationale herdenkingsdag
Omdat de dagen 4 en 5 mei alleen een speciale betekenis hebben voor Nederland en omdat de oorlog in andere landen op andere dagen wordt herdacht, is de vraag gesteld of er een internationale herdenkingsdag moet komen die 4 en 5 mei zal vervangen. Een grote meerderheid is voor het behouden van de nationale dodenherdenking en bevrijdingsdag. Eén op de acht personen (14%) vindt dat er een internationale herdenkingsdag moet komen. Bovenstaande cijfers verschillen niet veel van de uitkomsten uit 1996. Toen was bijna driekwart (73%) van de ondervraagden voor het vasthouden aan 4 en 5 mei. Zeventien procent was toen van mening dat er een internationale herdenkingsdag moest komen.

Bekendheid Anne Frank groot
Een van Nederlands bekendste symbolen van de Tweede Wereldoorlog is Anne Frank: honderd procent van de ondervraagden geeft aan te weten wie zij was. Ruim driekwart (77%) weet te vertellen dat Anne een Joods meisje uit Amsterdam was, dat gedeporteerd is door de

Duitsers. Bijna drie op de tien Nederlanders zegt dat ze Anne Frank kennen als auteur van een bekend (dag)boek. Een derde (33%) legt het verband tussen Anne en Het Achterhuis. Toch blijkt uit de antwoorden dat een kleine drie procent van de Nederlanders het bij het verkeerde eind heeft. Enkelen denken dat zij verpleegster was, of in het verzet zat tijdens de oorlog. Eén persoon was in de veronderstelling dat het een actrice betrof.

Bevrijdingsdag niet in het teken van de Tweede Wereldoorlog

Nagenoeg de gehele Nederlandse bevolking (98%) weet op welke datum de nationale dodenherdenking plaatsvindt, namelijk 4 mei. Ditzelfde percentage weet te vertellen dat Bevrijdingsdag op 5 mei wordt gevierd. Een ruime meerderheid (61%) vindt dat Bevrijdingsdag tegenwoordig vooral in het teken moet staan van vrijheid in het algemeen. Slechts 36 procent vindt dat deze dag betrekking moet hebben op de bevrijding tijdens de Tweede Wereldoorlog. Dit percentage is aanzienlijk gewijzigd ten opzichte van elf jaar geleden. Toen zag namelijk 53 procent van de Nederlanders Bevrijdingsdag als teken van vrijheid in het algemeen, terwijl 42 procent het als teken van bevrijding van de oorlog aanmerkte. Het verband tussen 'Bevrijdingsdag' en de herinnering aan de Tweede Wereldoorlog is dus minder geworden. Dit terwijl bij een meerderheid van de Nederlanders de slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog wel centraal staan bij de dodenherdenking. Ruim de helft van de Nederlanders gaf immers aan deze te herdenken op 4 mei.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Kennisonderzoek	2007	Nederlanders + aankomend docenten (primair en secundair onderwijs)	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het Nationaal Comité 4 en 5 mei laat jaarlijks een groot Nationaal Vrijheidsonderzoek uitvoeren om inzicht te verwerven in het draagvlak voor herdenken en vieren. Vanaf 2006 zijn kennisvragen aan het onderzoek toegevoegd. Het Nationaal Comité wil met het kennisonderzoek uiteindelijk antwoord geven op de volgende vraag: 'Welke kennis en inzichten moeten er bij elke Nederlander van 13 jaar en ouder aanwezig zijn, waar het gaat om de Tweede Wereldoorlog en de doorwerking daarvan in onze huidige samenleving'. Bij het toetsen van deze basiskennis gaat het niet alleen om '*facts and figures'* maar ook om inzichten in aanleidingen, oorzaken, verbanden, gevolgen en de doorwerking van de Tweede Wereldoorlog in de huidige samenleving. Op basis van de eerste meting van kennis over de Tweede Wereldoorlog in 2006 luidde de algehele conclusie dat de kennis van de ondervraagde Nederlanders hierover acceptabel is. In 2007 is naast het onderzoek onder de Nederlandse bevolking ook onderzoek uitgevoerd onder aankomend docenten (*n* =878). Het gaat hierbij om aankomend docenten primair onderwijs (studerend op PABO's) en aankomend vakdocenten geschiedenis en maatschappijleer in het voortgezet onderwijs (studerend aan HBO-lerarenopleidingen en universiteiten). In beide groepen gaat het om studenten die in de laatste twee jaar van hun opleiding zitten. Naast vragen over kennis en inzicht, is in dit onderzoek ook ingegaan op de motivaties van studenten om als docent aandacht aan dit onderwerp te besteden.

Oorzaken van de Tweede Wereldoorlog
De oorzaken van het uitbreken van de Tweede Wereldoorlog in Europa zijn bekender dan de oorzaken in Azië: zo weten negen op de tien ondervraagden dat één van de oorzaken in Europa was dat Duitsland wilde uitbreiden, terwijl slechts de helft weet dat Japan het kolonialisme van westerse landen wilde tegengaan. In grote lijnen zijn aankomend docenten, met name de vakdocenten, beter op de hoogte dan het algemeen publiek en hoger opgeleiden van 18 tot 30 jaar. Ook van de oorzaken van de Tweede Wereldoorlog in Azië zijn de aankomend vakdocenten het beste op de hoogte. Het kennisniveau van de aankomend docenten primair onderwijs is op dit punt vergelijkbaar met dat van het algemene publiek en hoger opgeleiden van 18 tot 30 jaar.

Nazi ideologie
De meerderheid van de ondervraagden weet ideeën van Hitler te noemen, waarbij de Jodenvervolging en de verheerlijking van het 'Arische ras' het meest worden genoemd. De ondervraagde aankomend docenten doen dit beter dan het algemeen publiek en hoger opgeleiden van 18 tot 30 jaar. Wanneer specifiek wordt gevraagd naar groepen die systematisch door de nazi's werden vervolgd, weten bijna alle ondervraagden dat dit het geval was bij Joden. Wanneer gevraagd wordt naar andere groepen die door de nazi's systematisch werden vervolgd, blijken de aankomend vakdocenten beter op de hoogte te zijn dan hoger

opgeleiden van 18 tot 30 jaar. Aankomend docenten primair onderwijs weten dit juist minder goed.

Jodenvervolging
De meerderheid van de ondervraagden weet hoeveel Joden in de Tweede Wereldoorlog in Europa zijn omgekomen en hoeveel procent van de Nederlandse Joden is omgekomen. Wanneer het gaat om het aantal Joden dat in Europa is omgekomen, weten de studenten dit beter dan het algemeen publiek en hoger opgeleiden van 18 tot 30 jaar. De feiten rondom Jodenvervolging zijn bij alle ondervraagden over het algemeen goed bekend. Hierbij moet opgemerkt worden dat deze feiten met herkenningsvragen zijn bevraagd, hetgeen kan leiden tot een zekere overschatting van het kennisniveau.

Wie stonden tegenover elkaar?
Wanneer het gaat om meer algemene aspecten van de Tweede Wereldoorlog, weten studenten - met name de aankomend vakdocenten – beter aan te geven welk land aan welke kant stond dan het algemeen publiek en de hoger opgeleiden van 18 tot 30 jaar. Ook weet deze groep beter welke vijf landen de meeste militairen hebben ingezet bij de bevrijding van Europa. Overigens zijn de belangrijkste landen bij een overgrote meerderheid bekend. Hetzelfde geldt voor kennis over de volgorde van gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog: de meerderheid van alle ondervraagden weet dit goed aan te geven, maar de aankomend vakdocenten doen dit het best. Op de vraag hoeveel landen bij de Tweede Wereldoorlog waren betrokken weet de meerderheid van de ondervraagden niet het juiste antwoord, maar doen de aankomend docenten primair onderwijs het beter dan de andere groepen.

Nederland tijdens de oorlog
Van de rol van Nederland tijdens de oorlog zijn de studenten beter op de hoogte dan het algemeen publiek en hoger opgeleiden van 18 tot 30 jaar. De aankomend vakdocenten hebben meer kennis over de gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog in Nederland. De kennis van de aankomend docenten primair onderwijs is wisselend: over sommige feiten, zoals de oprichting van concentratie- en doorvoerkampen en de oprichting van illegale kranten, is men beter op de hoogte dan het algemeen publiek, terwijl men minder goed op de hoogte is van het buiten werking stellen van de grondwet, de Februaristaking en de dwangarbeid in Nederlands-Indië.

Internationale organisaties en verdragen
Veel ondervraagden weten niet goed wanneer en waarom Europese en internationale organisaties en verdragen zijn ontstaan. Zo weet nog geen één op de vijf ondervraagden uit het algemeen publiek dat de Europese Unie is opgericht als reactie op de Tweede Wereldoorlog. De aankomend docenten primair onderwijs (een op de vier) en met name de aankomend vakdocenten (vier op de tien) zijn beter op de hoogte. Dergelijke verschillen zijn er ook bij de andere organisaties en verdragen.

Het belang van educatie over de Tweede Wereldoorlog
Een overgrote meerderheid van de aankomend docenten, met name primair onderwijs, vindt de Tweede Wereldoorlog een zeer belangrijk onderwerp. Zij vinden het belangrijk dat hun toekomstige leerlingen de betekenis van vrijheid, veiligheid, democratie en tolerantie kennen en besef hebben van de Tweede Wereldoorlog en zijn gevolgen. Daarnaast speelt het leggen van relaties tussen heden en verleden een rol bij de motivatie van studenten en vinden zij het

belangrijk dat de betekenis van het herdenken op 4 mei en het vieren op 5 mei niet wordt vergeten.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2007	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het Nationaal Vrijheidsonderzoek wordt uitgevoerd om de beleving van burgers van 4 en 5 mei en hieraan gerelateerde thema's te monitoren. Als 4 en 5 mei een duidelijke plaats in de Nederlandse samenleving willen behouden, dan moet het gedachtegoed achter het herdenken van oorlogsslachtoffers en het vieren van de bevrijding en de vrijheid aansluiten bij de beleving van de burgers. In dit deel staat de beleving van 4 en 5 mei centraal. Het veldwerk is uitgevoerd van 23 februari tot en met 4 maart 2007. In totaal zijn 1.201 vragenlijsten verstuurd, en aan het einde van het veldwerk zijn er 1.009 vragenlijsten verwerkt. De respons komt daarmee uit op 84%. De steekproef is op een aantal kenmerken (sekse, leeftijd, opleidingsniveau, grootte huishouden, regio en stedelijkheidsgraad) vergeleken met landelijke cijfers (volgens de Gouden Standaard) en waar nodig gecorrigeerd.

Het belang van herdenken en vieren
Het herdenken van oorlogsslachtoffers op 4 mei en het vieren van de bevrijding op 5 mei wordt door respectievelijk 82% en 72% van de ondervraagden als (heel) belangrijk aangemerkt. Het draagvlak voor beide dagen is dus groot en is in de laatste jaren constant gebleven. Jongeren vinden beide dagen iets minder belangrijk. Bijna de helft van de ondervraagden (49%) vindt herdenken belangrijker dan vieren, slechts 11% vindt vieren belangrijker dan herdenken. Het percentage dat voor herdenken kiest stijgt met leeftijd, het percentage dat voor vieren kiest daalt naarmate men ouder is.

4 mei
Op 4 mei worden officieel de Nederlandse slachtoffers herdacht van zowel de Tweede Wereldoorlog als van alle oorlogen en vredesoperaties daarna. Velen trekken dit echter breder en herdenken alle oorlogsslachtoffers wereldwijd ongeacht oorlog of nationaliteit. Voor bijna iedereen betekent 4 mei respect tonen voor de oorlogsslachtoffers, maar het is ook voor een ruime meerderheid een moment waarop wordt stilgestaan bij de gevolgen van oorlog en waarop men zich realiseert dat vrede en vrijheid levens kost. Meer dan driekwart van de ondervraagden vindt dat de herdenking op 4 mei actueel blijft zolang er oorlog en onderdrukking bestaat en dat de herdenking op 4 mei ook in de toekomst moet doorgaan. Een derde vindt echter dat de herdenking steeds minder betekenis heeft naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter ons ligt. Vooral ondervraagden van 50 jaar en ouder vinden dat 4 mei actueel blijft en in de toekomst moet doorgaan. Ouderen vinden echter net zo vaak als jongeren dat 4 mei aan betekenis verliest naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter ons ligt. Van alle ondervraagden geeft één op de zeven aan dat 4 mei hem of haar niets zegt.

5 mei
Voor 80% is 5 mei een dag waarop je er bij stilstaat dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, maar verantwoordelijkheid vraagt. Voor 64% is 5 mei een dag om stil te staan bij de Tweede Wereldoorlog. Ouderen vinden vaker dan jongeren dat 5 mei een dag is om stil te staan bij de Tweede Wereldoorlog en dat 5 mei een dag is waarop je erbij stilstaat dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, maar verantwoordelijkheid vraagt. Een iets lager percentage dan bij 4 mei, vindt dat 5 mei actueel blijft zolang oorlog en onderdrukking bestaan (71%) en ook in de

toekomst moet doorgaan (75%). Slechts weinigen vinden 5 mei gewoon een dag om te feesten, zonder dat de reden er toe doet (12%). Onder jongeren is dit percentage iets hoger (16%).

Oorlog
Als er over 'de oorlog' wordt gesproken, denkt 40% spontaan aan de Tweede Wereldoorlog, dit is een daling ten opzichte van eerdere metingen. Naast de Tweede Wereldoorlog wordt er vaak aan de oorlog in Irak gedacht. Van de ondervraagden kent 59% iemand uit de eigen omgeving die bewust oorlogssituaties heeft meegemaakt of kind is van oorlogsslachtoffers. Deze groep vindt 4 en 5 mei belangrijker dan respondenten die dergelijke mensen niet kennen.

5 mei een vrije dag
Wanneer Nederlanders zes vrije dagen mogen kiezen, noemt 60% de Nationale Bevrijdingsdag op 5 mei. Dagen die vaker worden genoemd zijn Nieuwjaarsdag, Tweede Kerstdag, Tweede Paasdag en Koninginnedag. Wanneer een dag zou moeten worden ingeleverd voor een vrije dag op 5 mei, wordt Goede Vrijdag het meest genoemd (door 33%).

Draagvlak, kennis en opinie
Onderzocht is in hoeverre personen die 4 en 5 mei belangrijk vinden, verschillen van ondervraagden die 4 en 5 mei niet zo belangrijk vinden, in hoe zij denken over vrijheid en veiligheid en in hun kennis over de wereldoorlog. Voor wat betreft het denken over vrijheid en veiligheid, blijkt dat personen die 4 en 5 mei heel belangrijk vinden, vaker van mening zijn dat:

- democratie, individuele vrijheid, mensenrechten en gemeenschapszin gedeelde waarden zijn van alle Nederlanders;
- solidariteit met de zwakken tot de belangrijkste uitgangspunten van de democratie behoort;
- de veiligheid van Nederland belangrijker is dan een inkomen hebben of een plek om te wonen, diegenen die 4 en 5 mei minder belangrijk vinden hechten juist een groter belang aan een inkomen of een plek om te wonen;
- nationale veiligheid belangrijker is dan het individuele recht op privacy;
- het bestrijden van terrorisme belangrijker is dan persoonlijke vrijheid van burgers;
- Nederland zou moeten deelnemen aan het militair ingrijpen in oorlogen en conflicten in wereld;
- er te weinig aandacht is voor Nederlandse soldaten die op militaire missies naar het buitenland zijn uitgezonden.

Er zijn ook verschillen in kennis over de Tweede Wereldoorlog. Degenen die 4 en 5 mei heel belangrijk vinden:

- noemen vaker de juiste oorzaken van de Tweede Wereldoorlog in Europa en Azië, maar ook vaker de onjuiste oorzaken;
- geven ongeveer net zo vaak de juiste schaal van de oorlog aan als degenen die deze dagen niet zo belangrijk vinden;
- noemen wanneer hun wordt gevraagd welke groepen werden vervolgd, vaker de groepen die ook daadwerkelijk vervolgd werden, maar ook vaker de groepen die niet vervolgd werden;

- weten vaker hoeveel joden tijdens de oorlog zijn omgekomen, zowel in Europa als in Nederland;
- zijn beter op de hoogte van het dagelijks leven in Nederland en Nederlands Indië tijdens de oorlog.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2007	Nederlanders (volwassenen & jongeren)	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Dienst Publiek en Communicatie i.s.m. Daphne Communication Management en Intomart			

Onderzoeksopzet

Ter verantwoording van de effectiviteit en doelmatigheid van Postbus 51 campagnes aan de Tweede Kamer, wordt jaarlijks een Evaluatie Postbus 51-campagnes vervaardigd. Het campagne-effectonderzoek voor Postbus 51 campagnes wordt uitgevoerd onder het algemeen publiek. Wekelijks worden minimaal 100 volwassenen (18 jaar en ouder) ondervraagd en optioneel kunnen jongeren in de leeftijd van 13 t/m 17 jaar ondervraagd worden wanneer deze groep tot de campagnedoelgroep behoort. Er wordt een gestratificeerde steekproef getrokken naar achtergrondkenmerken en frequentie van internetgebruik. Op voorhand levert dit een representatieve steekproef op naar geslacht, leeftijd, opleiding, gezinsgrootte, Nielsen regio's en internetgebruik. Elke respondent krijgt vragen over verschillende campagnes voorgelegd. Daarnaast wordt een aantal vaste vragen voorgelegd over mediaconsumptie, vertrouwen in de overheid, houding ten aanzien van Postbus 51 en achtergrondkenmerken. Voor het onderzoek vindt zowel een voor-, tussen- en nameting plaats. De voormeting vindt in principe in de 4 weken voorafgaand aan de campagne plaats en de nameting in de 4 weken direct na de campagne. De nadruk in de voor- en nameting ligt op het meten van de doelstellingen van de campagne. De tussenmeting vindt plaats tijdens de campagne en in deze meting wordt met name de communicatieve werking van de campagne gemeten. De looptijd van de hier gerapporteerde campagne is van 2 april t/m 3 mei 2007. De doelgroep van de campagne is het algemeen publiek van 13 jaar en ouder. Onderscheid wordt gemaakt tussen 'volwassenen' (18 jaar en ouder) en 'jongeren' (13-17 jarigen). Voor deze campagne is gebruik gemaakt van hetzelfde concept als in voorgaande jaren, waarbij in de tv-spot het fakkellogo van 4 en 5 mei wordt geschilderd. Er is, net als in voorgaande jaren, extra aandacht besteed aan jongeren door een jongerenversie van de spot uit te zenden. De media-inzet bestaat uit een Postbus 51-basisroulement voor radio en televisie. Daarnaast heeft de campagne gebruik gemaakt van de pilot met het Postbus 51internetroulement.

Communicatieve werking

Bereik

Het totaalbereik van de campagne (ten minste één van de uitingen herkend) is 90% onder volwassenen (benchmark: 82%) en 86% onder jongeren (benchmark: 92%). De doelstelling van 92% is voor beide doelgroepen dus (net) niet behaald. Het bereik van de TV-spot blijft zowel onder volwassenen als onder jongeren wat achter bij de benchmark. Het bereik van de radiospot stijgt juist wel boven benchmarkniveau uit. Het bereik van de banners is onder volwassen met 25% boven de benchmark (18%) en onder jongeren met 33% beneden de benchmark (39%).

Herinnering

De geholpen herinnering is gemeten door te vragen of men zich een campagne over 4 en 5 mei kan herinneren. De campagneherinnering loopt in de laatste week op tot 56% onder volwassenen en 59% onder jongeren. De herinnering is daarmee hoger dan de benchmark voor beide doelgroepen en de doelstellingen voor campagneherinnering werden behaald.

Boodschapoverdracht
De belangrijkste boodschappen van de campagne zijn goed overgekomen onder beide doelgroepen. Van de volwassenen geeft 96% aan dat de boodschap 'op 4 mei dodenherdenking en op 5 mei de dag van de vrijheid', (deels) goed op hen is overgekomen, van de jongeren geeft 90% dit aan. Bij 92% van de volwassene en 84% van de jongeren is het (deels) gelukt de boodschap over te brengen dat het belangrijk is om stil te staan bij de betekenis van 4 en 5 mei. Daarnaast zijn ook de boodschappen 'vrijheid is niet vanzelfsprekend' (volwassenen: 87%, jongeren 78%) en 'vrijheid maak je met elkaar' (volwassenen 81% en jongeren 70%) bij het overgrote deel van beide doelgroepen goed overgekomen.

Waardering
De waardering voor de campagne is met een 6,8 onder volwassenen en een 6,9 onder jongeren bovengemiddeld. Vorig jaar werd de campagne door jongeren wat lager dan de toenmalige benchmark gewaardeerd (6,7). Vooral de radiospot en banner worden bovengemiddeld gewaardeerd. De campagne wordt voornamelijk geloofwaardig gevonden.

Behaalde effecten
De communicatie-effecten worden vastgesteld door de kennis, houding en/of gedrag(sintentie) na afloop van de campagneperiode te vergelijken met die voorafgaand aan de campagneperiode.

Kenniseffecten
Van de volwassenen noemt 91% spontaan de juiste datum van de dodenherdenking en 92% de juiste datum van Bevrijdingsdag/ dag van de vrijheid. De doelstelling van 95% bekendheid voor beide data onder volwassenen is niet gehaald. Van de jongeren kan na afloop van de campagne 89% de juiste datum van dodenherdenking noemen en 87% de juiste datum van de dag van de vrijheid. De doelstelling van 90% is net niet gehaald, wel is er een aanzienlijke stijging gerealiseerd ten opzichte van het percentage jongeren dat voor de campagne de juiste datum van dodenherdenking noemde (69%). De bekendheid van het fakkellogo is onder beide doelgroepen hoog (volwassenen 90% en jongeren 94%) en is onder volwassenen na de campagne hoger dan voor de campagne (82%). De doelstelling van 90% bekendheid is daarmee behaald onder beide doelgroepen. De bekendheid met de slogan is onder beide doelgroepen gestegen na de campagne: van 41% naar 64% onder volwassenen en van 56% naar 65% onder jongeren.

Houdingseffecten
Het belang van de dodenherdenking en de dag van de vrijheid werd dit jaar gevraagd op twee vlakken: ten eerste of men het van maatschappelijk belang vindt, ten tweede of men het van persoonlijk belang vindt. De dodenherdenking vindt 78% van volwassenen en 71% van de jongeren van maatschappelijk belang. Het vieren van vrijheid op 5 mei vindt 71% van de volwassenen en 64% van de jongeren van maatschappelijk belang. Het persoonlijk belang dat gehecht wordt aan 4 mei dodenherdenking (volwassenen 58%, jongeren 35%) en 5 mei dag van de vrijheid (volwassenen 50%, jongeren 41%) is relatief lager. Onder jongeren is het persoonlijk belang van zowel 4 mei als 5 mei toegenomen na afloop van de campagne. Na de campagne geeft 86% van de volwassenen en 68% van de jongeren aan zich er op 4 mei bewust van te zijn dat het de dag van de dodenherdenking is. Onder jongeren is dit bewustzijn gestegen ten opzicht van voor de campagne (56%). De doelstelling is onder jongeren gehaald.

Van de volwassen geeft 81% aan zich er op 5 mei van bewust te zijn dat het de dag van de vrijheid/ Bevrijdingsdag is en 62% van de jongeren geeft dit aan. De doelstelling is onder beide doelgroepen behaald. Het meerjaren thema ‘vrijheid maak je met elkaar’ wordt breed onderschreven door 92% van de volwassenen en 88% van de jongeren. Dat de dodenherdenking actueel blijft zolang er oorlog en onderdrukking is, wordt door 88% van de volwassenen en 63% van de jongeren ondersteund. Dat Bevrijdingsdag actueel blijft, wordt ook door 73% van de volwassenen en 59% van de jongeren onderschreven. Waardering van 4 en 5 mei door generaties die de oorlog niet hebben meegemaakt lijkt niet in het geding te zijn, aangezien slechts een kleine minderheid aangeeft dat de herdenking en de viering kunnen worden afgeschaft als er geen overlevenden meer zijn van de Tweede Wereldoorlog.

Gedragseffecten
Doordat deze campagne een attenderingsfunctie heeft, zijn er geen gedragsdoelstellingen geformuleerd. Wel is nagegaan in hoeverre mensen deelnemen aan activiteiten die met dodenherdenking en Bevrijdingsdag te maken hebben. Na afloop van de campagne zegt 81% van de volwassenen en 77% van de jongeren op 4 mei twee minuten stil te zijn geweest. Daarnaast heeft men de vlag halfstok gehangen, de Nationale Herdenking op de Dam op TV bekeken, een lokale herdenking bijgewoond of een speelfilm over de oorlog op tv gezien. Op 5 mei heeft men vooral de vlag uitgehangen, een bevrijdingsfestival bezocht, lokale bevrijdingsactiviteiten bezocht of een tv-programma over bevrijding gezien.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Gemeenteonderzoek	2008	Burgers + gemeenten	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
In veel Nederlandse gemeenten vinden op 4 en 5 mei activiteiten plaats in het kader van de Nationale Dodenherdenking en Nationale Viering van de Bevrijding. Eens in de vijf jaar inventariseert het Nationaal Comité 4 en 5 mei de actuele stand van zaken rond de activiteiten die er in gemeenten plaatsvinden. Op basis van deze inventarisatie wil het Comité een beeld geven van de huidige praktijk rond herdenken en vieren en daarmee inzicht krijgen in de kansen en mogelijkheden die er zijn voor de herdenking en viering in de toekomst. In het kader van dit onderzoek zijn twee enquêtes uitgevoerd. De beleving van de lokale herdenking en viering door burgers is in kaart gebracht met een enquête onder 967 burgers van 13 jaar en ouder. Het veldwerk voor deze enquête is uitgevoerd van 22 februari tot en met 2 maart 2008. Het perspectief van de gemeenten is gebaseerd op een enquête onder 230 gemeenten. Het veldwerk voor deze enquête is uitgevoerd van 17 tot en met 29 april 2008.

Activiteiten op 4 en 5 mei
· De gemeenten geven vrijwel zonder uitzondering aan dat ieder jaar een herdenking plaatsvindt (96%). Van de burgers zegt 70% dat in hun gemeente herdenkingsactiviteiten plaatsvinden. Als ervan uitgegaan wordt dat de opgave van de gemeenten de werkelijkheid beter benadert dan die van burgers, lijkt het erop dat burgers niet altijd op de hoogte zijn van de herdenkingsactiviteiten in hun gemeente.
· Op Bevrijdingsdag vinden er volgens de gemeenten minder frequent activiteiten plaats. In 37% van de ondervraagde gemeenten werd dit jaar Bevrijdingsdag gevierd. Van de burgers geeft 58% aan dat er dit jaar in hun gemeente activiteiten zijn op Bevrijdingsdag. Er is sprake van een overschatting van de activiteiten door burgers in hun gemeenten.
· In ongeveer de helft van de gemeenten is de organisatie van de herdenkingsactiviteiten in handen van één partij en in iets minder dan de helft worden de activiteiten door twee partijen georganiseerd. Wanneer de organisatie in handen van één partij is, is dit meestal het plaatselijke 4 en 5 mei comité of de gemeente. Gaat het om twee partijen, dan komen de combinaties gemeente en plaatselijk 4 en 5 mei comité, en gemeente en een andere partij (bijvoorbeeld een lokale stichting of sportvereniging) het meest voor.
· Vergeleken met de herdenkingsactiviteiten zijn bij de viering minder vaak het plaatselijke 4 en 5 mei comité of de gemeente betrokken. Sportverenigingen, scholen of lokale stichtingen spelen vaker een rol bij de organisatie van de viering. De organisatie van Bevrijdingsdag is meestal in handen van één partij.
· Welke activiteiten worden er in het kader van de herdenking georganiseerd? In vrijwel alle gemeenten is er een plechtigheid bij een of meer monumenten, waar ook de kranslegging en twee minuten stilte plaatsvinden. Ook is in de meeste gemeenten een herdenkingsbijeenkomst, al dan niet voorafgegaan door een stille tocht. De kranslegging en twee minuten stilte worden ook door burgers vaak genoemd. De stille tocht noemen zij in vergelijking tot de gemeenten echter weinig.
· Volgens de gemeenten waar dit jaar tijdens Bevrijdingsdag activiteiten worden georganiseerd, zijn de meest voorkomende activiteiten concert en muziek, spelletjes en sport en het ophalen en in de gemeente ontsteken van het Bevrijdingsvuur. Burgers noemen vooral een rommelmarkt of bazar en een programma voor kinderen.

· De informatie over zowel de lokale herdenking als de viering ontvangen burgers vooral via lokale en regionale kranten of door in het verleden zelf bij een activiteit aanwezig te zijn geweest. Volgens ongeveer driekwart van de ondervraagden is er voldoende aandacht voor de lokale herdenking en viering.

Deelname aan de activiteiten

· Meer dan de helft van de burgers (57%) volgt de Nationale Dodenherdenking op televisie, terwijl 9% zelf naar een herdenking toe gaat. Ongeveer een derde doet niets speciaals. Bevrijdingsdag wordt aanmerkelijk minder vaak gevolgd op televisie dan de Dodenherdenking.

· Van de ondervraagden doet 59% altijd mee aan de twee minuten stilte tijdens de nationale herdenking en 28% geeft aan meestal wel mee te doen.

· Van degenen die weten van de herdenking in hun woonplaats heeft de meerderheid in de afgelopen vijf jaar nooit aan deze lokale herdenking meegedaan. Met name de groep van 25-49 jaar heeft in de afgelopen jaren weinig deelgenomen aan de herdenking. Jongeren (13-24 jaar) zijn juist wat vaker bij de herdenking aanwezig geweest. Mogelijk heeft dit te maken met het feit dat scholen en (sport)verenigingen vaak bij de lokale herdenking betrokken zijn.

· Het deel van de burgers dat deelneemt aan activiteiten rondom Bevrijdingsdag is iets groter dan het deel dat aan de dodenherdenking deelneemt. De groep die *ieder jaar* deelneemt is echter even groot als bij de Dodenherdenking. Als de inschatting van het aantal bezoekers aan de herdenking en viering van de gemeenten vergeleken wordt met de eigen opgave van burgers, lijken burgers hun deelname aan beide activiteiten te overschatten.

· Het ophalen van het Bevrijdingsvuur in Wageningen en het daarna in de eigen gemeente ontsteken, kan op weinig enthousiasme van burgers rekenen. Van de meesten van hen hoeft het niet zo nodig en zij hebben in elk geval geen plannen om zelf aan het Bevrijdingsvuur mee te doen. Ook veel gemeenten doen hier niet aan mee of willen het bij eens in de vijf jaar laten.

· De belangrijkste redenen voor burgers om aan de lokale herdenking mee te doen, zijn het herdenken van de slachtoffers en respect tonen. Degenen die niet aan een lokale herdenking meedoen, kijken liever naar de herdenking op televisie of herdenken op hun eigen manier. De andere redenen om niet mee te doen, zijn eerder praktisch dan inhoudelijk.

· De redenen die burgers hebben om mee te doen aan de activiteiten rondom de viering, hebben minder dan bij de herdenking met de betekenis van de dag te maken. Men komt vaak voor de gezelligheid of saamhorigheid en voor het feest. Redenen die meer met de inhoud van Bevrijdingsdag te maken hebben (zoals ‘je bewust zijn van de vrijheid’) worden ook genoemd, maar veel minder vaak.

· Wie niet meedoet aan Bevrijdingsdag wil het liever op een eigen manier vieren, heeft andere bezigheden of moet werken. In vergelijking met de redenen om niet aan de Dodenherdenking mee te doen, komt vaker naar voren dat men geen zin heeft of dat het programma niet aanspreekt. Een andere opzet van Bevrijdingsdag zal maar voor een beperkt aantal burgers betekenen dat zij dan wel gaan deelnemen, maar burgers noemen wel mogelijkheden om de viering aantrekkelijker te maken. Het meest genoemd zijn een grootsere opzet met meer activiteiten en meer muziek.

· Bijna alle ondervraagde burgers vinden dat de lokale herdenking moet blijven bestaan. Toch bezoekt slechts een klein deel van de burgers de lokale herdenking. Bovendien geven gemeenten aan dat het vooral vertegenwoordigers van de politiek en maatschappelijke organisaties en direct betrokkenen zijn die meedoen aan de lokale herdenking. Om de lokale activiteiten in stand te houden, zal ook de deelname van ‘gewone’ burgers aandacht moeten krijgen.

· Het belang van de viering van 5 mei wordt door een grote meerderheid van de burgers onderschreven. Bijna negen op de tien vinden dat Bevrijdingsdag in de toekomst moet blijven bestaan.

Bekendheid en rol Nationaal Comité 4 en 5 mei
Het Nationaal Comité 4 en 5 mei is bij gemeenten vooral bekend via de website www.4en5mei.nl en het magazine Vier Vrijheid. Over de dienstverlening van het Comité zijn de gemeenten erg te spreken. Voor zover zij nog suggesties hebben voor verbetering, gaat het vooral om het eerder toesturen van informatie, ondersteuning van het lokale 4 en 5 mei comité en meer tips voor een goede invulling van de lokale herdenking en viering.

Overige zaken
· In vier op de tien gemeenten is de Nationale Dodenherdenking de enige herdenking. Van de andere herdenkingen wordt met name Veteranendag vaak genoemd (37%). In een aantal gemeenten (29%) vinden op andere momenten herdenkingen plaats, bijvoorbeeld vanwege een gebeurtenis die in de Tweede Wereldoorlog in die gemeente heeft plaatsgevonden.
· Driekwart van de ondervraagde burgers geeft aan dat er in hun gemeente een of meer oorlogsmonumenten te vinden zijn. In vergelijking met het feitelijke aantal monumenten in Nederland (ca. 3.300) lijkt de inschatting door burgers daarbij aan de lage kant. Van degenen die aangeven dat er in hun gemeente een of meer monumenten zijn, zegt 44% het verhaal dat bij het monument hoort te kennen.
· Er is bij veel gemeenten onduidelijkheid over de status van Bevrijdingsdag, dat zowel een nationale feestdag is als een algemeen erkende feestdag. Dit is bij niet meer dan 14% van de gemeenten bekend.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2008	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het Nationaal Vrijheidsonderzoek is opgezet om de beleving van burgers ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Het onderzoek wordt gehouden onder Nederlanders van 13 jaar en ouder. In het draagvlakdeel van het Nationaal Vrijheidsonderzoek gaat het om de manier waarop 4 en 5 mei en de hieraan verbonden thema's worden beleefd. Willen 4 en 5 mei een duidelijke plaats in onze samenleving behouden, dan moet het gedachtegoed achter het herdenken van oorlogsslachtoffers en het vieren van de bevrijding en de vrijheid aansluiten bij de beleving van de burgers. Aan het onderzoek hebben 967 personen van 13 jaar en ouder deelgenomen, representatief naar de achtergrondkenmerken van de Nederlandse bevolking. Het veldwerk is uitgevoerd van 22 februari tot en met 2 maart 2008.

Data van Dodenherdenking en Viering van de Bevrijding zeer breed bekend
Ongeveer negen op de tien ondervraagden weten dat de Dodenherdenking gehouden wordt op 4 mei en dat de Viering van de Bevrijding plaatsvindt op 5 mei. Een klein deel verwisselt deze data. Zowel de herdenking op 4 mei als de viering op 5 mei worden door een grote meerderheid als (heel) belangrijk aangemerkt. Het draagvlak voor 4 en 5 mei is net als in voorgaande jaren zeer groot. Herdenken vindt men iets belangrijker dan vieren.

Oorlog heeft steeds minder invloed op hoe nu over Duitsers en Japanners wordt gedacht
Bijna de helft geeft aan dat de Tweede Wereldoorlog nooit een negatieve invloed heeft gehad op hoe zij denken over Duitsers. Voor vier op de tien was dat vroeger wel het geval, maar nu niet meer. Dit geldt met name voor ouderen. Twee derde van de ondervraagden geeft aan dat de Tweede Wereldoorlog nooit een negatieve invloed heeft gehad op hoe men over Japanners denkt. Een kwart vindt dat de oorlog vroeger wel invloed had, maar nu niet meer. Hierbij valt op dat men het idee heeft dat de Tweede Wereldoorlog bij *anderen* nog *wel* steeds invloed heeft op de wijze waarop men tegen Duiters en Japanners aankijkt.

Op 4 mei worden alle slachtoffers van oorlogen herdacht
De meeste mensen herdenken op 4 mei alle oorlogsslachtoffers wereldwijd, ongeacht de oorlog of de nationaliteit van de slachtoffers. In vergelijking met de vorige jaren zijn er meer mensen die specifiek de *Nederlandse* oorlogsslachtoffers en de slachtoffers onder de *Nederlandse* bevrijders herdenken. Er zijn daarentegen minder mensen die *alle* slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog herdenken. 4 mei betekent voor mensen vooral: respect tonen voor de oorlogsslachtoffers. Maar ook stilstaan bij de gevolgen van oorlog (zowel vroeger als nu) en realiseren dat vrede en vrijheid levens kost worden vaak genoemd.

4 mei moet ook in de toekomst doorgaan
Nederlanders hechten veel belang aan de jaarlijkse dodenherdenking op 4 mei. Acht op de tien ondervraagden vinden dat de herdenking in de toekomst door moet gaan en dat deze actueel blijft zolang oorlog en onderdrukking bestaan. Er is en blijft door de jaren heen een groot draagvlak voor het herdenken op 4 mei. Niet eerder heeft een zo klein deel aangegeven dat 4 mei hen helemaal niets zegt.

Op 5 mei viert men de bevrijding in 1945 en de vrijheid en vrede
Op de vraag wat men viert op 5 mei geeft een meerderheid aan: de bevrijding in 1945 en het einde van de Tweede Wereldoorlog. Vier op de tien geven aan op 5 mei te vieren dat Nederland een land is waar we in vrede en vrijheid kunnen leven. De voornaamste betekenis van 5 mei is dat het een dag is waarop je er bij stilstaat dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, maar verantwoordelijkheid vraagt. Ook stilstaan bij tolerantie en verdraagzaamheid en het stilstaan bij grondrechten, mensenrechten en democratie worden vaak genoemd.

5 mei moet ook in de toekomst doorgaan
Een grote meerderheid van de ondervraagden hecht veel belang aan het vieren van 5 mei: de jaarlijkse viering moet ook in de toekomst doorgaan en een groot deel vindt 5 mei een dag die actueel blijft zolang oorlog en onderdrukking bestaan.

Vrije dag
En op de vijf ondervraagden heeft jaarlijks een vrije dag op 5 mei. Drie op de tien ondervraagden hebben eens in de vijf jaar een vrije dag op 5 mei. Bij de dagen die (doorbetaalde) vrije dagen zouden moeten zijn, staat Bevrijdingsdag op een vijfde plaats. Als belangrijkste vrije dagen gelden Nieuwjaarsdag, Tweede Kerstdag, Tweede Paasdag en Koninginnedag. Ten opzichte van 2006 en 2007 wordt Bevrijdingsdag minder vaak genoemd. De meerderheid wil geen andere vrije dag inleveren ten behoeve van 5 mei. Van degenen die dit wel willen kiest een derde voor Goede Vrijdag en kiezen twee op de tien voor Tweede Pinksterdag.

Tweede Wereldoorlog eerste associatie bij ‘de oorlog’, maar loopt terug
Wanneer gevraagd wordt aan welke oorlog men spontaan denkt als er over ‘de oorlog’ gesproken wordt, wordt met name de Tweede Wereldoorlog genoemd. Op afstand volgen de oorlogen in Irak en Afghanistan. Sinds 2005 wordt de Tweede Wereldoorlog minder vaak genoemd. Mogelijk heeft dit te maken met de huidige oorlogen in Irak en Afghanistan. De helft van de ondervraagden kent in de eigen omgeving mensen die zelf bewust oorlogssituaties hebben meegemaakt of mensen die kind zijn van oorlogsslachtoffers. Men kent vooral mensen die de Tweede Wereldoorlog in Nederland of Europa hebben meegemaakt. Een zeer groot deel van de ondervraagden is het eens met de stelling dat in een oorlog mensen aan beide zijden slachtoffer zijn. Iets meer dan de helft vindt dat er te weinig aandacht is voor Nederlandse soldaten die op militaire missies naar het buitenland zijn uitgezonden.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Publieksonderzoek bij SNMKA	2008	Bezoekers Nationaal Monument Kamp Amersfoort	SNMKA	Erasmus Universiteit Rotterdam (student)			

Onderzoeksopzet
Het doel van het onderzoek is het verkrijgen van kennis over het publiek van Nationaal Monument Kamp Amersfoort. Wie zijn de doelgroepen, met welk doel (herdenken, bezinnen en/ of leren) komen zij en voldoet het bezoek aan hun verwachtingen? Het kwalitatieve gedeelte van het publieksonderzoek bestaat uit gestructureerde interviews met een vaste vragenlijst. In de maanden juli, augustus en september van 2008 zijn er 24 interviews afgenomen. Vervolgens is door middel van het uitdelen van schriftelijke enquêtes geprobeerd om de bevindingen naar aanleiding van de interviews te toetsen onder een grote hoeveelheid bezoekers. Uiteindelijk zijn er 356 ingevulde enquêtes verzameld (231 mannen en 125 vrouwen).

Profiel bezoeker
De jongste geënquêteerde is twaalf jaar en de oudste is 89 jaar. De gemiddelde leeftijd van de geënquêteerden ligt op 33 jaar. 41% van de geënquêteerden is niet gelovig en 54% is Christelijk.

Bezoek andere musea en gedenkplaatsen
Bijna 40% van de geënquêteerden gaat twee tot vijf keer per jaar naar musea of gedenkplaatsen, meer dan 10% geeft aan nooit naar musea of gedenkplaatsen te gaan. Bijna de helft van de geënquêteerden geeft aan wel eens in het Anne Frank Huis te zijn geweest en 140 van de 356 mensen geven aan een bezoek te hebben gebracht aan Kamp Westerbork. Margraten en de Grebbeberg zijn ook relatief vaak bezocht. Kamp Vught en de Hollandsche Schouwburg zijn door beduidend minder mensen bezocht. Internationaal gezien zijn Auschwitz, Theresienstadt en Normandië de meest bezochte plaatsen rondom erfgoed van de Tweede Wereldoorlog.

Redenen bezoek
80% van de geënquêteerden geeft aan voor het eerst een bezoek te brengen aan Kamp Amersfoort. Als doel van het bezoek geeft 54% van de mensen aan te komen voor de beleving, 43 % voor informatieverschaffing en 12% om te herdenken. Bijna de helft van de geënquêteerden komt als uitstapje met gezin/ familie/ vrienden, de rest omschrijft het bezoek als belangstelling, serieus geïnteresseerd en/of historisch inzicht. Het informatiebulletin, eerder bezoek en vrienden/ familie/ kennissen blijken een overtuigende informatiebron en aanleiding tot bezoek. Slechts twee mensen komen met het openbaar vervoer, de rest met de auto en heeft er gemiddeld een uur over gedaan om naar NMKA te komen. Twee derde komt speciaal van huis voor dit bezoek.

Bezoekers tevreden
Tachtig procent van de bezoekers geeft aan iets geleerd te hebben en 90% geeft aan dat het bezoek aan hun verwachtingen voldeed. Op de vraag wat het meeste indruk heeft gemaakt worden de volgende antwoorden het meeste gegeven: ‘het geheel/ het feit dat dit heeft kunnen gebeuren’ en de Stenen Man/ de schietbaan. Het gebouw, de tentoongestelde objecten, de

rondleiding en de documentaire worden alle beoordeeld met een 7,5 of hoger. Hierbij is geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende documentaires die op aanvraag vertoond worden. Klantvriendelijkheid van de medewerkers krijgt gemiddeld een 8,8. Van de respondenten geeft 78% aan nog een keer terug te willen komen, waarbij men vooral een herdenking interessant vindt.

Punten voor verbetering

Op de vraag wat mensen zouden willen toevoegen aan de huidige gedenkplaats, worden veel antwoorden gegeven waar iets mee gedaan kan worden, zoals de hoogste vitrineplaat iets lager, verbodsuitingen weghalen en iets kunnen achterlaten. Er worden ook antwoorden gegeven die SNMKA zelf ook graag verbeterd ziet, maar niet één twee drie verbeteren kan. Voorbeelden zijn een aparte documentaireruimte, meer objecten, meer foto's, volledige namenlijsten, getalsmatig meer duidelijkheid over de hoeveelheid gevangenen en de bewegwijzering verbeteren vanaf de weg en naar de parkeerplaats. Tot slot schrijft bijna 10% van de geënquêteerden dat ze het liefst een barak zouden willen zien. Dit blijft een discutabel punt, omdat er felle voor- en tegenstanders zijn en een reproductie van een barak een radicale ingreep zou zijn die niet in lijn ligt met de gehele gedenkplaats.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2008	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Dienst Publiek en Communicatie i.s.m. Daphne Communication Management en Intomart			

Onderzoeksopzet
In 1987 is het Nationaal Comité 4 en 5 mei ingesteld bij Koninklijk Besluit om betekenis te blijven geven aan de herdenking van de oorlogsslachtoffers op 4 mei en het vieren van de vrijheid op 5 mei. Het ministerie van Algemene Zaken voert jaarlijks een Postbus 51 campagne, die als kapstok fungeert voor alle activiteiten van het Nationaal Comité en lokale en regionale activiteiten. De campagne richt zich primair op het algemeen publiek van 18 jaar en ouder. Daarnaast is er aandacht voor de '2e generatie'. Dit zijn de kinderen van mensen die de Tweede Wereldoorlog hebben meegemaakt. Er is in 2008 een nieuwe campagneconcept ontwikkeld. Allerlei verschillende mensen laten daarin ballonnen op in de kleuren rood, wit en blauw. De voice over vertelt dat we elk jaar onze oorlogsslachtoffers herdenken en onze vrijheid vieren. Want vrijheid is niet vanzelfsprekend, vrijheid maak je met elkaar. Het campagne-effectonderzoek voor Postbus 51 campagnes bestaat uit een voormeting, wekelijkse tussenmetingen en een nameting. Het campagne-effectonderzoek voor Postbus 51 campagnes wordt uitgevoerd onder het algemeen publiek. Wekelijks worden minimaal 100 volwassenen (18 jaar en ouder) ondervraagd. Er wordt een gestratificeerde steekproef getrokken naar achtergrondkenmerken en frequentie van internetgebruik. Op voorhand levert dit een representatieve steekproef op naar geslacht, leeftijd, opleiding, gezinsgrootte, Nielsen regio's en internetgebruik.

Communicatieve werking
Kennis
De zelf ingeschatte kennis over 4 en 5 mei is relatief hoog. De interesse in het campagne-onderwerp is vergelijkbaar met de gemiddelde interesse in Postbus 51-campagne onderwerpen. De maatschappelijk relevantie van 4 mei vindt men groter dan de maatschappelijke relevantie van 5 mei. De persoonlijke relevantie van 4 en 5 mei ligt lager dan gemiddeld voor Postbus 51 onderwerpen.

Bereik
Het totaalbereik van de campagne is 73% en blijft daarmee achter bij de Postbus 51-benchmark. Het bereik van tv blijft wat achter bij de benchmark, terwijl het bereik van dagbladen juist boven de benchmark ligt. In voorgaande jaren was het bereik van de campagne (met een concept dat al veel is ingezet) hoger (2006: 93%, 2007: 90%).

Herinnering
De geholpen campagneherinnering is gemeten door te vragen of men zich een campagne over 4 en 5 mei kan herinneren. De campagneherinnering is 40%, dit is lager dan de benchmark (52%).

Boodschapoverdracht
Spontaan noemen mensen als boodschap van de campagne vooral 'dat we de (oorlogs)gebeurtenissen niet moeten vergeten/moeten blijven herdenken' (37%) en 'dat je

respect moet hebben voor de gevallenen' (15%). De geholpen boodschapoverdracht van de primaire boodschappen 'op 4 mei vindt de nationale dodenherdenking plaats', 'op 4 mei worden de slachtoffer van de dodenherdenking herdacht' en 'op 5 mei wordt de nationale Bevrijdingsdag gevierd' is bovengemiddeld; 89% van het algemeen publiek geeft aan dat deze boodschappen (deels) goed bij hen zijn overgekomen. De primaire boodschap 'je maakt vrijheid met elkaar' vindt 79% van het algemeen publiek (deels) goed overgekomen, dit is vergelijkbaar met de benchmark voor geholpen boodschapoverdracht.

Waardering
De campagne krijgt van de 2e generatie een 6,9 en van het algemeen publiek een 7,1. Dit is hoger dan de benchmark (6,6). Gekeken naar de specifieke waarderingsaspecten scoort de campagne bovengemiddeld op 'mooi', 'duidelijk', 'niet irritant' en 'aansprekend'. Alleen op het aspect 'biedt mij nieuwe informatie' scoort de 4 en 5 mei-campagne lager dan gemiddeld.

Behaalde effecten
De communicatie-effecten worden vastgesteld door de kennis, houding en/of gedrag(sintentie) na afloop van de campagneperiode te vergelijken met die voorafgaand aan de campagneperiode.

Kenniseffecten
De bekendheid dat op 4 mei de dodenherdenking plaatsvindt is bij het algemeen publiek toegenomen van 85% voor de campagne naar 95% na afloop van de campagne. Ook de bekendheid dat 5 mei de Dag van de Vrijheid is, is toegenomen van 88% naar 93%. De doelstelling dat 90% van beide doelgroepen bekend is met beide data, is daarmee behaald. De bekendheid met het fakkellogo (88%) en de campagneslogan 'vrijheid maak je met elkaar' zijn hoog. De bekendheid met de campagneslogan is na de campagne nog verder gestegen van 60% naar 78%. Dat is hoger dan na de campagne van 2007, toen was de bekendheid met de slogan 64%. De bekendheid met de website 'www.4en5mei.nl' is bij het algemeen publiek 24% en verandert niet tijdens de campagne.

Houdingseffecten
Van het algemeen publiek geeft 46% aan het herdenken van de oorlogsslachtoffers op 4 mei voor zichzelf (heel) belangrijk te vinden, 41% geeft aan het vieren van de vrijheid op 5 mei voor zichzelf (heel) belangrijk te vinden. Dit persoonlijke belang van 4 en 5 mei is na de campagne niet veranderd. De doelstelling dat 55% beide dagen voor zichzelf belangrijk vindt, is niet behaald. Het aandeel mensen dat het (heel) belangrijk vindt dat de overheid zich inzet om op 4 mei gezamenlijk de slachtoffers van oorlogsgeweld te herdenken is wel toegenomen na de campagne van 76% naar 82%. Het aandeel mensen dat het (heel) belangrijk vindt dat de overheid zich inzet om op 5 mei gezamenlijk de bevrijding/ de vrijheid te vieren, verandert niet tijdens de campagne (73%). Na de campagne geeft 84% van het algemeen publiek aan zich er op 4 mei bewust van te zijn dat het de dag van de dodenherdenking is. Ook geeft 80% aan zich er op 5 mei bewust van te zijn dat het de dag van de viering van onze vrijheid is. Het bewustzijn van 5 mei is na afloop van de campagne toegenomen. Het merendeel van de mensen staat positief tegenover het herdenken van de oorlogsslachtoffers (85%) en het vieren van de vrijheid (80%). Daarnaast geeft na afloop van de campagne het algemeen publiek vaker aan dat ze het (helemaal) eens zijn met de stelling 'het herdenken van oorlogsslachtoffers moet blijven bestaan, ook wanneer de generatie die de Tweede Wereldoorlog heeft meegemaakt niet meer in leven is (Dodenherdenking blijft actueel)', dit stijgt van 73% naar 81%. Van het algemeen publiek is na afloop van de campagne 12% het

(helemaal) eens met de stelling ‘ik zou best mee willen helpen in het organiseren van activiteiten voor 4 en 5 mei’. Dit is niet toegenomen. De doelstelling dat 25% van het algemeen publiek bereid is in de eigen omgeving actief mee te helpen met de organisatie van 4 en 5 mei-activiteiten is daarmee niet behaald.

Gedragseffecten
Van het algemeen publiek zegt 78% na afloop van de campagne te hebben deelgenomen aan ‘2 minuten stilte’ op 4 mei. De doelstelling dat 80% van het algemeen publiek op 4 mei actief deelneemt aan ‘2 minuten stilte’ is daarmee nagenoeg behaald. Ongeveer een derde van het algemeen publiek geeft aan te hebben deelgenomen aan (vrijheids)festiviteiten op 5 mei. De doelstelling dat 50% hieraan deelgenomen heeft, is niet behaald. De doelstelling dat 10% van het algemeen publiek actief heeft meegeholpen met de organisatie van 4 en 5 mei-activiteiten is ook niet behaald; 1% zegt na afloop van de campagne te hebben meegeholpen.

Trends
De bekendheid dat op 4 mei de oorlogsslachtoffers worden herdacht ligt al jaren op een hoog niveau. De licht dalende trend die vanaf begin 2007 leek te zijn ingezet, is na de huidige campagne weer positief doorbroken. Dit geldt ook voor de bekendheid dat we op 5 mei de bevrijding/ onze vrijheid vieren. De bekendheid met beide data ligt boven de 90%. Verder valt op dat het percentage dat vindt dat het goed is dat de overheid zich inzet op 4 mei gezamenlijk de slachtoffers van oorlogsgeweld te herdenken en op 5 mei de vrijheid te vieren stijgt, terwijl de persoonlijke relevantie dit jaar juist wat lager ligt dan voorgaande jaren.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Onderzoek Bevrijdingsfestivals	2008	Bewoners festivalplaatsen + bezoekers & niet-bezoekers Bevrijdingsfestivals	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Elk jaar worden in alle provincies bevrijdingsfestivals georganiseerd. Het Nationaal Comité 4 en 5 mei laat periodiek onderzoek uitvoeren onder het publiek van deze festivals, om zo inzicht te krijgen in de beleving en de waardering van deze festivals en in aan 4 en 5 mei gerelateerde onderwerpen die op het festival aan bod komen. In 2008 is opnieuw een publieksonderzoek uitgevoerd, als vervolg op de meting in 2004. De meting van 2008 bestond uit drie onderdelen. 1) Een vooronderzoek, waarbij in de periode voorafgaand aan 5 mei 478 bewoners van de plaatsen waar de festivals zouden plaatsvinden, werden ondervraagd over hun bekendheid met de festivals en redenen om wel of niet te gaan. 2) Een screening, waarin in de periode van 8 t/m 12 mei aan 28.364 huishoudens is gevraagd of en zo ja welke leden van het huishouden de festivals hadden bezocht. 3) Een hoofdonderzoek, uitgevoerd tussen 15 en 19 mei, waarin 1.385 personen zijn bevraagd over hun beleving van de festivals. Per festival zijn hierbij 100 à 120 personen ondervraagd. Alleen voor Assen is dit aantal lager geweest, namelijk 49.

Kenmerken van de festivalbezoekers
Jong en hoog opgeleid
De festivalbezoekers zijn jong en hoog opgeleid. Circa de helft van de bezoekers is onder de 35 jaar, terwijl landelijk slechts een derde van de bevolking jonger dan 35 jaar is. Circa een op de drie heeft een hbo of universitaire opleiding. Landelijk is dit slechts een op de vijf.

Met familie en vrienden
De bevrijdingsfestivals worden bij uitstek in gezelschap van anderen bezocht. Men kwam vooral met vrienden (53%) of familie (38%) naar het festival. Jongeren hebben het festival daarbij vaker met vrienden bezocht. Ouderen kwamen vaker met familie.

Publiek wordt als zeer divers ervaren
De meerderheid (77%) heeft het publiek als (enigszins) divers ervaren, vooral door verschillen in leeftijd.

Vier op de tien komen voor het eerst
In welke mate bestaat het festivalpubliek uit ‘vaste’ bezoekers en in welke mate slagen de festivals erin een nieuw publiek aan te trekken? Voor 38% van de ondervraagden was het hun eerste festivalbezoek in de betreffende plaats. De meerderheid (62%) van de ondervraagde bezoekers is dus al vaker op het betreffende festival geweest. Dit resultaat komt overeen met 2004.

De logistiek rond het bezoek
Reisafstand=aantrekkingskracht
De afstand die de bezoekers van de festivals bereid zijn af te leggen om er te komen, kan iets zeggen over de aantrekkingskracht. We zien hierbij grote verschillen: waar de gemiddelde

reisafstand 25 kilometer is, reizen de bezoekers van de festivals in Amsterdam en Wageningen met gemiddeld respectievelijk 47 en 39 kilometer aanmerkelijk verder. Opvallend is dat de reisafstand voor Amsterdam en Zwolle sinds 2004 is toegenomen. De totale gemiddelde reisafstand wijkt niet af van 2004.

Men was er langer dan in 2004
Gemiddeld is men 3,8 uur op het festival geweest, wat langer dan in 2004 (3,3 uur). 41% van de ondervraagden geeft aan alleen 's middags te zijn geweest, een kwart (26%) alleen 's avonds en een derde (34%) is zowel 's middags als 's avonds op het festival geweest. De festivals werden 's middags (75%) dus wat drukker bezocht dan 's avonds (60%).

Oriëntatie en informatie
Lokale media spelen cruciale rol
De bevrijdingsfestivals zijn breed bekend: 84% van de bewoners van de festivalsteden wist dat het festival zou worden georganiseerd. Dit is mede te danken aan het feit dat de festivals jaarlijks terugkeren: de meerderheid neemt aan dat de festivals zullen plaatsvinden, omdat dat in het jaar ervoor ook het geval was. Daarnaast zien we dat de lokale en regionale kranten een cruciale rol spelen in de informatievoorziening over de festivals: niet alleen in het bekendheid geven aan de festivals, maar ook in het bieden van informatie over de festivals. Jongeren hebben zich relatief vaak laten informeren via de website van het Nationaal Comité 4 en 5 mei en minder vaak via de regionale en lokale kranten.

Redenen voor het festivalbezoek
Inhoud van Bevrijdingsdag geen primaire reden, maar speelt wel mee
Het draagvlak voor herdenken en vieren in Nederland is al jaren onverminderd groot. Uit het Nationaal Vrijheidsonderzoek blijkt dat driekwart van de bevolking waarde hecht aan de jaarlijkse herdenking en viering. Men is tevens van mening dat deze tradities in de toekomst door moeten gaan. De belangrijkste betekenis die de viering heeft, is erbij stil staan dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, maar verantwoordelijkheid vraagt. In welke mate speelt deze 'inhoud' van 5 mei een rol bij het bezoeken van de bevrijdingsfestivals? Het feit dat het Bevrijdingsdag is en het belang om deze dag te vieren, vormen voor de bezoekers weliswaar niet de belangrijkste redenen om naar het festival te gaan, maar spelen wel mee. De meest genoemde redenen zijn de muziek en gezelligheid. We zien dat de reden 'dat het belangrijk is om de Dag van de Vrijheid te vieren' vaker wordt genoemd dan in 2004.

Acties en activiteiten
Programmaboekje en logo
Voor 5 mei en op het bevrijdingsfestival zelf is een klein programmaboekje op briefkaart formaat beschikbaar gesteld. De festivals in Zwolle, Haarlem en Wageningen hadden naast het boekje van 4 en 5 mei een eigen programmaboekje. Van alle ondervraagden heeft 28% het programmaboekje van 4 en 5 mei gezien. Het programmaboekje wordt gewaardeerd met een 7,2. Behalve naar het programmaboekje is gevraagd of men het logo van de bevrijdingsfestivals heeft gezien. Het gaat hierbij om de herkenning van het logo. Dit logo kan men behalve op het festivalterrein gezien hebben op het programmaboekje, op t-shirts, op websites e.d. Bij 86% van de bezoekers is dit het geval.

Filmpjes
Tijdens de bevrijdingsfestivals zijn drie filmpjes op een groot scherm getoond. Het bereik van de filmpjes is beperkt en varieert van 15% tot 24%. Als hoofdboodschap van de filmpjes wordt vooral vrijheid (van meningsuiting) genoemd. Een mogelijke oorzaak voor het beperkte bereik is de frequentie waarmee de filmpjes zijn vertoond. De bezoekers die de filmpjes hebben gezien, geven een redelijke beoordeling (6,5 tot 6,8).

5 minutenacties en Ambassadeurs van de Vrijheid
Het thema van het bevrijdingsfestival was '5 voor 5'. Hiermee wordt bedoeld dat men op 5 mei 5 minuten kan geven voor de vrijheid van anderen. Deze boodschap heeft extra nadruk gekregen tijdens de optredens van de Ambassadeurs van de Vrijheid, waar een 5 minuten durende podiumactie onderdeel van was. Van de bezoekers heeft 22% het optreden van de Ambassadeur van de Vrijheid gezien. Een op de tien heeft iets meegekregen van de 5 minuten podiumactie, en de helft van deze groep herkent deze boodschap ook. Berekend op alle festivalbezoekers bedraagt dit percentage 4%. In totaal is de effectiviteit van de podiumactie daarmee niet erg groot. Het '5 voor 5' thema op zich wordt positief ervaren, namelijk door 67% als (zeer) goed.

Plein van de Vrijheid
Op ieder festival is een Plein van de Vrijheid, waar de bezoekers kunnen genieten van muziek en kunnen bijdragen aan de vrijheid van anderen. Gevraagd is of men op het Plein van de Vrijheid is geweest. Het plein is door 26% van de bezoekers bezocht en wordt beoordeeld met een 7,1 als rapportcijfer.

Actieve deelname kleiner dan passieve deelname
Eerder zagen we dat de passieve steun voor het '5 voor 5' thema groot is. De groep bij wie zich dit vertaalt in concreet gedrag is echter kleiner. Van de bezoekers heeft 10% deelgenomen aan de 5 minutenacties. Een actie van War Child was daarbij het populairst. Van de bezoekers heeft 3% deelgenomen aan een debat of dialoog op het bevrijdingsfestival. Tussen de festivals zien we verschillen: in Den Bosch (9%) en Amsterdam (7%) hebben de meeste mensen deelgenomen aan een debat/dialoog terwijl in Haarlem en Vlissingen vrijwel niemand hieraan heeft deelgenomen.

Bevrijdingsvuur
Op ieder festival staat een speciaal ontworpen fakkel die het Bevrijdingsvuur uitbeeldt. Gevraagd is of men het Bevrijdingsvuur heeft zien branden. Bij bijna de helft van de bezoekers is dit het geval (43%).

Onderwerpen op de bevrijdingsfestivals
Bevrijdingsfestivals moeten gaan over vrijheid
Van een aantal onderwerpen is nagegaan in hoeverre men vindt dat deze op een bevrijdingsfestival aan bod zouden moeten komen. Zoals in 2004 ook het geval, worden vrijheid (van meningsuiting) en discriminatie en intolerantie het vaakst genoemd als belangrijke onderwerpen op de bevrijdingsfestivals. Andere onderwerpen die sterk worden geassocieerd met de bevrijdingsfestivals zijn democratie, discriminatie en mensenrechten.

Inhoud krijgt voldoende aandacht, maar iets meer mag ook
De meerderheid (81%) is van mening dat deze onderwerpen op het festival voldoende aan bod komen. Het percentage personen dat vindt dat er te weinig aandacht is besteed aan de

onderwerpen is daarbij groter dan het deel dat zegt dat er te veel aandacht aan wordt besteed. Dit betekent dat het onwaarschijnlijk is dat het vergroten van de aandacht voor deze onderwerpen tot weerstand bij het publiek zal leiden.

Beoordeling van de festivals

Hoogste beoordeling voor sfeer, laagste voor muziekprogrammering

Voor vier aspecten is een oordeel gevraagd in de vorm van een rapportcijfer, namelijk voor de sfeer, de muziekprogrammering, de activiteiten en de aankleding. Al deze vier aspecten scoren een voldoende en wel als volgt: 7,7 voor de sfeer, 6,9 voor de muziekprogrammering, 7,1 voor de activiteiten en 7,2 voor de aankleding. Men geeft een zeer ruime voldoende als eindoordeel (7,4). Slechts 11% geeft een 6 of lager als totaaloordeel, 48% geeft een 8 of hoger.

Aansluiting bij lokale muzieksmaak

Qua muziekstijlen genieten pop, rock en Nederlandstalige muziek de voorkeur van de bezoekers boven de andere muziekstijlen. De minste voorkeur gaat uit naar world music, hardrock, house en hiphop/rap. Er zijn echter behoorlijke verschillen per festival. In het noorden zijn meer liefhebbers van (hard)rock, terwijl de groep die van Nederlandstalig houdt groter is in Almere en Wageningen. Wellicht kan de waardering voor de muziekprogrammering worden vergroot door meer aansluiting te zoeken bij de voorkeuren van het festivalpubliek.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Publieksonderzoek 4 mei	2009	Bezoekers Nationale Dodenherdenking	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Motivaction			

Onderzoeksopzet
Motivaction heeft onderzoek uitgevoerd naar het profiel van de bezoekers en hun waardering voor de herdenkingsplechtigheid op de Dam. Door middel van een face-to-face onderzoek op locatie zijn kwantitatieve gegevens verzameld. Voor dit onderzoek zijn 452 vragenlijsten ingevuld. 49% van de interviews zijn afgenomen aan de Damrakzijde en 52% aan de Rokinzijde. Vervolgens is door middel van 14 telefonische diepte-interviews kwalitatief inzicht verkregen in de beweegredenen en beleving van de bezoekers op de Dam.

Profiel bezoekers
Naar verhouding komen er veel jongeren (16-24 jaar) en oudere bezoekers (50-65 jaar). De man/vrouw-verhouding op de Dam was ongeveer 50/50 (net als in de werkelijkheid). 65% van de bezoekers komt van buiten Amsterdam en is dus bereid te reizen om de herdenkingsplechtigheid bij te wonen. Het merendeel komt wel uit de regio (West Nederland). Veel bezoekers komen naar de Dam samen met familie of vrienden. Bezoekers van buiten Amsterdam combineren het met een dagje winkelen of *sightseeing*. Ongeveer 1 op de 10 bezoekers komt ieder jaar naar de herdenking. Veel bezoekers bezochten de herdenkingsplechtigheid voor de eerste keer. Voor sommigen smaakt de beleving van het evenement naar meer: Zij hebben zicht voorgenomen het nog een keer bij te wonen. Voor anderen is één keer voldoende.

Bezoekgedrag
Belangrijke argumenten om de herdenkingsdienst op de Dam bij te wonen zijn:
- Je wilt het een keer meemaken (een bekende herdenkingsplechtigheid)
- Saamhorigheidsgevoel (kippenvelmoment)
- De bereikbaarheid is goed

Ook heeft een derde de plechtigheid bijgewoond om slachtoffers van een andere oorlog te herdenken. De recente gebeurtenissen met Koninginnedag (de aanslag waarbij een auto in Apeldoorn inreed op een optocht waar de Koninklijke familie deel van uitmaakte en waardoor acht personen omkwamen) wordt door 1 op de 10 mensen als reden genoemd. Weinig mensen komen naar de herdenking om Royalty's te zien.

Beleving en beoordeling
De beleving van het evenement wordt door de bezoekers unaniem als 'zeer indrukwekkend' omschreven. Typeringen die hiervoor gebruikt zijn: saamhorigheid, vroom, waardig, ernstig, intiem en emotioneel. De technische voorzieningen zijn goed: de bezoekers zijn er erg positief over. Het is niet voor iedereen mogelijk om dichtbij het monument te staan of om op een punt te staan waar alles goed overzien kan worden. Hiervoor is begrip. De weergave van alles op de schermen wordt positief gewaardeerd. Dit maakt het mogelijk dat toch iedereen alles meekrijgt. Behalve het zicht, vinden bezoekers het ook belangrijk om alle toespraken en lezingen goed te kunnen verstaan. Ook hierover is men erg positief: het geluid is goed.

Verschil Rokinzijde en Damrakzijde
Het vermoeden van het Nationaal Comité 4 en 5 mei dat de bezoekers aan de Damrakzijde verschillen van de bezoekers aan de Rokinzijde is deels waar. De bezoekers aan de Rokinzijde komen vaker uit Amsterdam en zijn jonger. De bezoekers aan de Damrakzijde zijn vaker persoonlijk betrokken en komen vaker voor de eerste keer. Echter het bezoek van bezoekers aan de Damrakzijde is niet, zoals wel werd verwacht, vaker spontaan.

Mogelijke verbeteringen
Ondanks de hoge mate van tevredenheid, zijn er toch een aantal verbeterpunten genoemd voor de organisatie van de herdenkingsplechtigheid:

- Er is opgemerkt dat er geen sanitaire voorzieningen zijn in de buurt van de Dam.
- Er zijn opmerkingen gemaakt over het afsluiten van het gebied rondom de Dam. Hiervoor is begrip maar er zou beter aangegeven kunnen worden welke route te bewandelen om van de ene kant van de Dam naar de andere te komen.
- De verkeerssituatie achter het Paleis op de Dam wordt onveilig bevonden. Vanwege werkzaamheden aan het gebouw is er geen trottoir, waardoor mensen over de rijbaan lopen. Dit levert gevaarlijke situaties op. Dit zou in betere banen geleid moeten worden.
- Ten aanzien van het programma van de herdenkingsdienst op de dam is er behoefte aan meer afwisseling. Men heeft het gevoel dat het ieder jaar min of meer hetzelfde is en er zou wat meer gevarieerd mogen worden.
- De aanwezigheid van de veteranen wordt positief gewaardeerd. Om ze nog wat meer te ‘eren’ zou hen een iets grotere rol toebedeeld kunnen worden. In ieder geval zouden ze kunnen aansluiten in het defilé.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Opinieonderzoek	2009	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het opiniedeel van het Nationaal Vrijheidsonderzoek is opgezet om inzicht te krijgen in de opvattingen van burgers over onderwerpen die gerelateerd zijn aan vrijheid, grondrechten en de democratische rechtsstaat. Dit wordt gedaan ten behoeve van het debat over de vrijheid, dat op en rond 5 mei op veel plaatsen in het land wordt gevoerd. Hoe verantwoordelijk voelen mensen zich voor die vrijheid? Waar liggen dilemma's en discussiepunten? Het Nationaal Comité 4 en 5 mei kiest ieder jaar een ander onderwerp als invalshoek voor het aan orde stellen van het motto 'Vrijheid maak je met elkaar', dat centraal staat in de beleidsperiode 2006-2010. In 2009 was gekozen voor 'Vrijheid en identiteit'. Om volgens je eigen identiteit te kunnen leven is vrijheid nodig. In vrijheid kun je jezelf zijn en hieraan uiting geven. Maar die vrijheid kan ook gebruikt worden om op hoge toon je 'eigen' identiteit op te eisen of met een beroep op 'de Nederlandse identiteit' de vrijheid van anderen te beperken. Aan het onderzoek hebben 959 personen van 13 jaar en ouder deelgenomen. Autochtonen, westerse allochtonen en niet-westerse allochtonen waren evenredig vertegenwoordigd in de steekproef. In de uitkomsten zijn slechts in beperkte mate verschillen tussen de verschillende etnische groepen. Het veldwerk is uitgevoerd van 27 januari tot en met 5 februari 2009.

Nederlandse identiteit en nationale gebeurtenissen
De Nederlandse identiteit wordt vooral gevoeld bij nationale gebeurtenissen zoals Koninginnedag, het EK- of WK-voetbal en de Olympische Spelen. Ook Dodenherdenking en Bevrijdingsdag worden vaak genoemd als dagen waarop men zich sterk verbonden voelt met Nederland. Prinsjesdag of de Tweede Kamerverkiezingen roepen dit veel minder sterk op.

Overige resultaten
In dit onderzoek is verder ook gevraagd naar wat Nederlanders verstaan onder identiteit en hoe zij denken over mensenrechten. Aangezien deze aspecten niet direct gaan over de interesse in, de betekenisgeving aan en/of de omgang met de Tweede Wereldoorlog zijn deze resultaten niet meegenomen in dit overzicht. Deze resultaten kunnen echter geraadpleegd worden via de volgende link: Nationaal Vrijheidsonderzoek Opinieonderzoek 2009.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2009	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het Nationaal Vrijheidsonderzoek is opgezet om de beleving van burgers ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Dit vanuit de gedachte dat deze beleving in de loop der tijd kan veranderen, doordat de Tweede Wereldoorlog steeds verder achter ons ligt en jongere generaties in de samenleving geen directe ervaringen hebben met de Tweede Wereldoorlog. Willen 4 en 5 mei een duidelijke plaats behouden in onze samenleving, dan moeten de herdenking en viering blijven aansluiten bij de beleving van de burgers. Dit onderzoek gaat over de beleving van de burgers begin 2009. Het betreft de achtste meting in een jaarlijkse serie die begonnen is in 2002. Het draagvlakonderzoek is gebaseerd op een enquête die is uitgevoerd van 27 januari tot en met 5 februari 2009. In deze periode is een representatieve steekproef van 959 burgers van 13 jaar en ouder ondervraagd, van wie 133 westers allochtoon en 129 niet-westers allochtoon zijn.

Kennis, houding en gedrag ten aanzien van herdenken en vieren
De ondervraagden zijn goed op de hoogte van de Nationale Dodenherdenking en van Bevrijdingsdag. Ongeveer negen op de tien ondervraagden weet dat op 4 mei de Dodenherdenking plaatsvindt en dat op 5 mei de bevrijding wordt gevierd. Daarnaast geeft circa tweederde aan veel over de landelijke herdenking en viering te weten. De kennis over de lokale herdenking en viering is beperkter. Een op de vijf ondervraagden weet niet of er in de eigen gemeente een dodenherdenking plaatsvindt en voor de viering van Bevrijdingsdag is dit aandeel zelfs een op de vier. De kennis over de lokale herdenking en viering is met name beperkt bij jongeren en bij niet-westerse allochtonen. Ook de kennis over wat er tijdens de Tweede Wereldoorlog in de eigen gemeente is gebeurd, is beperkt. Slechts een kwart van de ondervraagden weet wat er in de eigen gemeente is gebeurd tijdens de Tweede Wereldoorlog. Met circa dertig procent is er wel een redelijk grote groep die hier meer over zou willen weten.

Herdenken en vieren worden nog steeds belangrijk gevonden
Net als in de voorgaande jaren wordt zowel het herdenken als het vieren (heel) belangrijk gevonden. Herdenken vindt men daarbij iets belangrijker dan vieren. Dit geldt voor zowel de landelijke als voor de lokale herdenking en viering. Jongeren hechten minder belang aan beide dagen. Men schat het algemene belang van herdenken en vieren groter in dan het persoonlijk belang. Het persoonlijke belang is vooral groot onder diegenen die de Tweede Wereldoorlog hebben meegemaakt. Circa tweederde van de ondervraagden vindt dat zowel het herdenken als het vieren belangrijk is voor iedereen, ongeacht leeftijd of achtergrond. Een kleinere groep vindt dat herdenken en vieren vooral belangrijk is voor bepaalde groepen, zoals mensen die de oorlog hebben meegemaakt of dierbaren in een oorlog hebben verloren.

Deelname herdenking groter dan vieren
Meer dan de helft van de ondervraagden staat ieder jaar op 4 mei om 20.00 uur stil bij de Dodenherdenking, een kwart doet dit ‘meestal wel’. Bij jongeren (13-24 jaar) en allochtonen ligt dit percentage rond de 40%. Dit verschil zagen we ook in eerdere metingen. Stilstaan bij de Dodenherdenking gebeurt vooral door naar de televisie te kijken, ongeveer een op de tien

bezoekt een herdenking. Bijna twee op de tien ondervraagden die op de hoogte zijn van de gemeentelijke herdenking, zijn van plan hier naar toe te gaan. Bij de gemeentelijke viering van Bevrijdingsdag is dit drie op de tien ondervraagden. Dit is een relatief groot aandeel, zeker als we in beschouwing nemen dat slechts circa de helft van de ondervraagden door middel van een vrije dag in staat is om deel te nemen. Ruim de helft van de ondervraagden vindt dat 5 mei voor iedereen een doorbetaalde vrije dag zou moeten zijn. De meest genoemde redenen om niet naar de herdenking of viering te gaan, zijn dat men deze liever op televisie bekijkt of deze dag op eigen manier invult.

Herdenken en vieren zijn nog altijd sterk verbonden met de Tweede Wereldoorlog

Wanneer gevraagd wordt aan welke oorlog men spontaan denkt als er over 'de oorlog' gesproken wordt, wordt met name de Tweede Wereldoorlog genoemd. Op afstand volgen de oorlogen in Israël/Midden-Oosten, Irak en Afghanistan. Ten opzichte van de vorige jaren wordt de Tweede Wereldoorlog vaker genoemd. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de ophef rondom uitspraken van de Engelse bisschop Williamson, dat speelde in de weken dat het onderzoek is afgenomen. In dit verband is het niet verwonderlijk dat men bij de Nationale Dodenherdenking het vaakst denkt aan slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog, gevolgd door oorlogsslachtoffers wereldwijd, van welke oorlog dan ook. Ouderen en lager opgeleiden denken vaker aan slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog, hoger opgeleiden aan oorlogsslachtoffers wereldwijd. Ook op de vraag wat men precies viert op 5 mei is het meest gegeven antwoord 'de bevrijding in 1945 en het einde van de Tweede Wereldoorlog', gevolgd door 'dat Nederland een land is waar we in vrede en vrijheid kunnen leven.' Niet-westerse allochtonen geven vaker aan 'vrijheid in het algemeen' te vieren en minder vaak het einde van de Tweede Wereldoorlog.

Groot draagvlak voor behoud herdenking en viering

Bij circa tweederde van de ondervraagden is de betrokkenheid bij 4 en 5 mei gelijk gebleven in de afgelopen jaren, bij een tiende is dit afgenomen en bij een tiende is dit toegenomen. Daarnaast is er grote steun voor het continueren van de herdenking en viering, ook als niemand die de oorlog bewust heeft meegemaakt nog in leven is. Bijna driekwart van de ondervraagden vindt dat de herdenking en viering dan 'zeker' of 'liever wel' moeten doorgaan. Niet meer dan 4% denkt dat het dan tijd wordt om de herdenking en viering af te schaffen. Men vindt echter niet dat de frequentie van herdenken en vieren moet worden verhoogd: negen op de tien ondervraagden vindt dat eenmaal per jaar herdenken en vieren voldoende is.

Andere landen welkom bij herdenking en viering

Welke invloed heeft de Tweede Wereldoorlog op hoe men over Duitsers en Japanners denkt? En in welke mate beschouwd men conflicten met andere landen inmiddels als verzoend? Voor de helft van de ondervraagden geldt dat de Tweede Wereldoorlog nooit invloed heeft gehad over hoe men over Duitsers denkt, een derde geeft aan dat dit nu niet meer zo is, maar vroeger wel en voor een tiende geldt dit nog steeds. De Tweede Wereldoorlog heeft minder negatieve invloed gehad op de beeldvorming over Japanners; voor driekwart heeft de oorlog nooit invloed gehad en voor twee op de tien vroeger wel, maar nu niet meer. De verzoening tussen Nederland en Duitsland is volgens de helft van de ondervraagden voltooid. Vier op de tien vindt dit ook voor Nederland en Japan, drie op de tien vindt dit voor de verzoening tussen Nederland en Indonesië en Nederland en Suriname. Over de verzoening tussen Nederland en de bevolking van Srebrenica is men het minst positief: slechts een op de vijf ondervraagden vindt dat die is voltooid.

Deelname aan 4 en 5 mei gebaat bij persoonlijke oproep
Hoe kan de deelname aan 4 en 5 mei worden vergroot? Hiervoor is een aantal mogelijkheden voorgelegd. Beter op de hoogte zijn van wat er gebeurt tijdens de herdenking en viering in de eigen gemeente, lijkt weinig uit te maken. Een persoonlijke oproep van de gemeente lijkt meer potentie te hebben: wanneer men deze zou ontvangen zouden twee op de tien ondervraagden zeker wel of waarschijnlijk wel naar de gemeentelijke herdenking gaan. Een op de tien ondervraagden zou, wanneer zij op vakantie in Nederland zijn, wel willen weten waar een herdenking of viering is en er dan ook heen gaan.

Uithangen Nederlandse vlag wordt belangrijk gevonden
Iets meer dan de helft is in het bezit van een Nederlandse vlag, en vier op de tien ondervraagden vinden dat iedereen in Nederland een dergelijke vlag moet krijgen. Deze groep bestaat voornamelijk uit personen die al een vlag hebben. Een meerderheid van de vlagbezitters hangt op 5 mei de vlag uit, iets minder vaak doet men dit op 4 mei. Het vaakst hangt men de vlag uit op Koninginnedag, gevolgd door 5 mei, 4 mei en de dag van het slagen van een van de kinderen. Dezelfde volgorde geldt voor mensen die geen vlag hebben, maar er één zouden krijgen.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2009	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Dienst Publiek en Communicatie i.s.m. Daphne Communication Management en Intomart			

Onderzoeksopzet
In 1987 is het Nationaal Comité 4 en 5 mei ingesteld bij Koninklijk Besluit om betekenis te blijven geven aan de herdenking van de oorlogsslachtoffers op 4 mei en het vieren van de vrijheid op 5 mei. Het ministerie van Algemene Zaken voert jaarlijks een Postbus 51 campagne, die als kapstok fungeert voor alle activiteiten van het Nationaal Comité en lokale en regionale activiteiten. De Postbus 51-campagne heeft een attenderingsfunctie voor 4 en 5 mei. De campagne richt zich primair op het algemeen publiek van 18 jaar en ouder. Daarnaast is er aandacht voor de '2e generatie'. Dit zijn de kinderen van mensen die de Tweede Wereldoorlog hebben meegemaakt. In 2008 werd een nieuwe campagneconcept ontwikkeld. Dit concept is ook gebruikt in 2009, maar deze is voorzien van een nieuwe voice-over. In de tv-spot is te zien dat allerlei verschillende mensen ballonen oplaten laten in de kleuren rood, wit en blauw. De voice-over vertelt dat we elk jaar onze oorlogsslachtoffers herdenken en onze vrijheid vieren. Want vrijheid is niet vanzelfsprekend, vrijheid maak je met elkaar. Voor de campagne is een Postbus 51-basisroulement ingezet op TV en radio van week 15 t/m (begin) week 19. Daarnaast is ook een advertorial geplaatst in huis-aan-huisbladen en een advertentie in Metro.

Communicatieve werking
Kennis
De zelfingeschatte kennis over 4 en 5 mei is relatief hoog. De maatschappelijk relevantie van 4 mei vindt men groter dan de maatschappelijke relevantie van 5 mei. De persoonlijke relevantie van 4 en 5 mei ligt lager dan gemiddeld voor Postbus 51-onderwerpen, bij de 2e generatie is de persoonlijke relevantie niet anders dan bij het algemeen publiek.

Bereik
Het totaalbereik van de campagne is 68% en blijft daarmee duidelijk achter bij de Postbus 51-benchmark van 81%. Het campagnebereik onder de tweede generatie ligt iets hoger. Kijkend naar het bereik van de afzonderlijke mediumtypen, blijft met name het bereik van tv achter bij de benchmark. De resultaten zijn vergelijkbaar met 2008, maar wat lager dan in de jaren daarvoor toen het vorige campagneconcept (de verfkwast) nog werd ingezet.

Herinnering
De geholpen campagneherinnering is gemeten door te vragen of men zich een campagne over 4 en 5 mei kan herinneren. De campagneherinnering is 64%, dit is aanzienlijk hoger dan de benchmark (38%) en ook hoger dan de campagneherinnering van de campagne in 2008 (40%).

Boodschapoverdracht
Spontaan noemen mensen als boodschap van de campagne vooral 'dat het belangrijk is te (blijven) herdenken' (41%). De geholpen boodschapoverdracht van de primaire boodschappen 'op 4 mei vindt de nationale dodenherdenking plaats', 'op 4 mei worden de

slachtoffer van de dodenherdenking herdacht' en 'op 5 mei wordt de nationale Bevrijdingsdag gevierd' is bovengemiddeld. De boodschap 'je maakt vrijheid met elkaar' vindt 78% van het algemeen publiek (deels) goed overgekomen, dit is vergelijkbaar met de gemiddelde boodschapoverdracht van Postbus 51-campagnes.

Waardering
De campagne krijgt van het algemeen publiek het rapportcijfer 7,0. Dit is hoger dan de benchmark (6,6). Gekeken naar de specifieke waarderingsaspecten scoort de campagne op bijna alle waarderingsaspecten bovengemiddeld op met name 'geloofwaardig', 'duidelijk' en 'mooi'. Alleen op het aspect 'biedt mij nieuwe informatie' scoort de 4 en 5 mei- campagne duidelijk lager dan gemiddeld.

Behaalde effecten
De communicatie-effecten worden vastgesteld door de kennis, houding en/of gedrag(sintentie) na afloop van de campagneperiode te vergelijken met die voorafgaand aan de campagneperiode.

Kenniseffecten
De bekendheid dat op 4 mei de dodenherdenking plaatsvindt is bij het algemeen publiek toegenomen van 88% voor de campagne naar 94% na afloop van de campagne. Ook de bekendheid dat 5 mei de Dag van de Vrijheid is, is toegenomen van 89% naar 94%. De doelstelling dat 90% van beide doelgroepen bekend is met beide data, is daarmee behaald. Verder is de bekendheid van de slogan 'Vrijheid maak je met elkaar' bij het algemeen publiek gestegen van 28% naar 40% na afloop van de campagne. De geholpen bekendheid van de website (23%) ligt ruim onder de benchmark van 40% en is niet gestegen na de campagne.

Houdingseffecten
Van het algemeen publiek geeft 49% aan het herdenken van de oorlogsslachtoffers op 4 mei voor zichzelf (heel) belangrijk te vinden; de doelstelling dat 50% 4 mei voor zichzelf belangrijk vindt, is hiermee zo goed als behaald. Van het algemeen publiek geeft 45% aan het vieren van de vrijheid op 5 mei voor zichzelf (heel) belangrijk te vinden; de doelstelling dat 45% het vieren van 5 mei persoonlijk belangrijk vindt is daarmee ook behaald. Het persoonlijke belang dat het algemeen publiek hecht aan 4 en 5 mei is na de campagne niet aantoonbaar veranderd. Het aandeel mensen dat het (heel) belangrijk vindt dat de overheid zich inzet om op 4 mei gezamenlijk de slachtoffers van oorlogsgeweld te herdenken is wel toegenomen na de campagne van 75% naar 81%. Het aandeel mensen dat het (heel) belangrijk vindt dat de overheid zich inzet om op 5 mei gezamenlijk de bevrijding/ de vrijheid te vieren, verandert niet tijdens de campagne (73%). Na de campagne geeft 90% van het algemeen publiek aan zich er op 4 mei bewust van te zijn dat het de dag van de dodenherdenking is. Ook geeft 81% aan zich er op 5 mei bewust van te zijn dat het de dag van de viering van onze vrijheid is. Dit bewustzijn is na de campagne niet hoger dan er voor. Het merendeel van de mensen staat positief tegenover het herdenken van de oorlogsslachtoffers (82%) en het vieren van de vrijheid (80%). Daarnaast geeft na afloop van de campagne het algemeen publiek vaker aan dat ze het er (helemaal) mee eens zijn dat het herdenken van oorlogsslachtoffers en het vieren van de vrijheid moet blijven bestaan, ook wanneer de generatie die de Tweede Wereldoorlog heeft meegemaakt niet meer in leven is', dit stijgt van 72% naar 81%. 'Respect voor anderen' is voor zowel het algemeen publiek als de tweede generatie het belangrijkste om op 4 en 5 mei te benadrukken (62%). Op tweede plaats komt 'verdraagzaamheid' (42%). Dit wordt na de campagne duidelijk belangrijker gevonden dan ervoor (32%). Na de

campagne zijn meer mensen het (helemaal) eens met de stelling ‘Vrijheid maak je met elkaar’ (van 86% naar 95% na de campagneperiode). Verder vindt bijna drie kwart van beide groepen dat ‘alle Nederlanders in gelijke mate’ verantwoordelijk zijn om de dodenherdenking en het vieren van de vrijheid in stand te houden. Ook hier is sprake van een duidelijke toename. Van het algemeen publiek is na afloop van de campagne 16% het (helemaal) eens met de stelling ‘ik zou best mee willen helpen in het organiseren van activiteiten voor 4 en 5 mei’. Dit is stabiel gebleven. De doelstelling dat 15% van het algemeen publiek bereid is in de eigen omgeving actief mee te helpen met de organisatie van 4 en 5 mei- activiteiten, is daarmee behaald.

Gedragseffecten
Van het algemeen publiek zegt 82% na afloop van de campagne te hebben deelgenomen aan ‘2 minuten stilte’ op 4 mei. De doelstelling dat 80% van het algemeen publiek op 4 mei actief deelneemt aan ‘2 minuten stilte’ is daarmee behaald. Minder dan een op de tien van het algemeen publiek geeft aan te hebben deelgenomen aan (vrijheids)festiviteiten op 5 mei.

Trends
De bekendheid dat op 4 mei de oorlogsslachtoffers worden herdacht en op 5 mei de vrijheid wordt gevierd, ligt al jaren op een hoog niveau. De bekendheid met beide data ligt rond de 94%. Het aandeel van het algemeen publiek dat vindt dat het goed is dat de overheid zich inzet op 4 mei gezamenlijk de slachtoffers van oorlogsgeweld te herdenken en op 5 mei de vrijheid te vieren ligt op een vergelijkbaar hoog niveau als vorig jaar, terwijl de persoonlijke relevantie dit jaar juist weer wat hoger ligt na een dip in voorgaande jaren.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Opinieonderzoek	2010	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
In 2011 startte een nieuwe beleidsperiode voor het Nationaal Comité 4 en 5 mei. Het thema voor 2010 vormde de basis voor deze nieuwe beleidsperiode. Het thema voor 2010 was: 'Vrijheid wereldwijd; wat is daarvoor nodig?' Hierbij staat de vraag centraal wat de voorwaarden voor de vrijheid zijn. Op en in aanloop naar 5 mei wordt het debat over onze vrijheid op vele plekken in het land gevoerd. Het Nationaal Comité initieert allerlei projecten die erop gericht zijn dit debat te stimuleren. Om een goede voedingsbodem voor deze projecten te bieden en om aanknopingspunten te bieden voor de communicatie van het Nationaal Comité, heeft Veldkamp onderzoek uitgevoerd. Dit onderzoek is erop gericht inzicht te bieden in de volgende zaken:

- De opvattingen van burgers over vrijheid en de voorwaarden hiervoor;
- De manier waarop burgers kunnen worden geprikkeld om deel te nemen aan het debat over de vrijheid.

Het onderzoek bestond uit een kwalitatieve en een kwantitatieve fase. Het kwalitatieve onderzoek vond plaats in september 2009 en bestond uit twee groepsgesprekken met burgers: één discussiebijeenkomst met 18- tot en met 30-jarigen en één discussiebijeenkomst met 31- tot en met 50-jarigen. De groepen bestonden voor het grootste gedeelte uit middelbaar opgeleiden. De kwantitatieve fase van het onderzoek bestond uit twee enquêtes. In november 2009 is een steekproef van 883 personen van 13 jaar en ouder ondervraagd en in maart 2010 een steekproef van 975 personen van 13 jaar en ouder. Beide steekproeven zijn representatief naar de achtergrondkenmerken van de Nederlandse bevolking. Autochtonen en Nederlanders met een niet-Nederlandse achtergrond zijn evenredig in beide steekproeven vertegenwoordigd.

Men is geneigd 'vrijheid' in de context van het eigen leven te interpreteren
Welke associaties mensen hebben bij het begrip 'vrijheid', blijkt erg afhankelijk te zijn van de context waarin deze vraag wordt gesteld. Wanneer geen context wordt geboden, gaan mensen vooral uit van hun eigen vrijheid, bijvoorbeeld overal naartoe kunnen reizen en de vrijheid hebben zelf invulling te kunnen geven aan je leven. Dit duidt erop dat het voor veel mensen niet vanzelfsprekend is om vrijheid in een breed perspectief te interpreteren, maar dat men geneigd is te denken vanuit het persoonlijke leven. Om het debat over de vrijheid vanuit een breder perspectief te laten plaatsvinden, zal hier nadrukkelijk rekening mee moeten worden gehouden. Het bieden van de context van '4 en 5 mei' helpt om het begrip 'vrijheid' in dit grotere verband te plaatsen. Binnen die context zijn de associaties breder en koppelt men vrijheid bijvoorbeeld ook aan 'zonder oorlog of onderdrukking kunnen leven'.

De 'Four Freedoms' vormen een goed uitgangspunt voor het debat
Op 6 januari 1941 benoemde de Amerikaanse president Roosevelt vier essentiële voorwaarden voor vrijheid in een toespraak tot het Amerikaanse Congres. Uit de kwalitatieve gesprekken bleek dat als mensen gevraagd wordt te beschrijven wat zij onder vrijheid verstaan, de door Roosevelt beschreven 'Four Freedoms' spontaan naar voren komen:

- *Freedom of speech;*
- *Freedom from want;*

- *Freedom from fear;*
- *Freedom to worship God in your own way.*

Men veronderstelt vooral onvrijheid in niet-westerse landen
Nederlanders zijn er goed van doordrongen dat mensen in veel andere landen niet altijd in vrijheid leven. Vooral in niet-westerse landen is volgens hen sprake van onvrijheid. Contact met mensen uit landen waar sprake is van onvrijheid maakt dat mensen zich realiseren dat vrijheid niet vanzelfsprekend is. Het betrekken van mensen uit dergelijke landen bij de projecten van het Nationaal Comité 4 en 5 mei zou een impuls kunnen geven aan de debatten over vrijheid.

Het spanningsveld tussen 'dichtbij' en 'ver weg'
Men is het erover eens dat de vrijheid vooral 'ver weg', in de niet-westerse wereld, beperkt is. Om het onderwerp te laten leven, is het van belang dat het onderwerp dichtbij de eigen belevingswereld wordt gebracht, zodat duidelijk wordt wat het voor het eigen leven betekent om niet in vrijheid te leven. Vervolgens is het van belang om te laten zien wat mensen zelf concreet kunnen doen om de vrijheid 'ver weg' te bevorderen, en daarbij aannemelijk te maken dat dit nuttig en effectief is. Voorbeelden van indrukwekkende ervaringen die mensen noemen, zijn een bezoek aan een voormalig concentratiekamp, een bezoek aan het Anne Frank Huis of verhalen van mensen die met oorlogsdreiging te maken hebben gehad. Ook beperkingen van vrijheid tijdens buitenlandse reizen worden genoemd, evenals gesprekken met migranten. Mensen zijn bereid mee te gaan in verhalen en getuigenissen die als authentiek en betrouwbaar worden ervaren. Ook mediabeelden kunnen hierin een rol spelen, al bleek uit de kwalitatieve gesprekken dat men snel argwanend is tegenover veel boodschappen die via de media worden gebracht en men zich snel afvraagt of een getuigenis in scene is gezet. Men staat echter open voor reële ervaringen die onvrijheid tastbaar maken, ook al zijn deze soms schokkend. Contact met mensen die onvrijheden hebben meegemaakt, kan hierin een grote rol spelen. Het is daarbij niet essentieel dat deze ervaringen uit oorlogsgebieden afkomstig zijn. Uit een open vraag uit de kwantitatieve enquête blijkt dat ook verhalen van onvrijheden in landen als Chili, Nigeria, Marokko, Turkije en Mexico worden genoemd als momenten waarop mensen zich realiseerden hoe belangrijk het is om in vrijheid te kunnen leven. Het betrekken van mensen, of verhalen van mensen, uit dergelijke landen bij projecten kan een extra impuls geven aan het debat over vrijheid.

Oorlog, geweld en mensenrechten verdienen de meeste aandacht
Mensen vinden dat het Nationaal Comité 4 en 5 mei in de eerste plaats aandacht moet besteden aan oorlog en geweld. Andere zaken die men veel noemt zijn mensenrechten, vrijheid van meningsuiting en discriminatie. Vluchtelingen, godsdienstvrijheid en individuele ontplooiing worden minder vaak genoemd.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2010	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het Nationaal Vrijheidsonderzoek is opgezet om de beleving van Nederlandse burgers ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Dit vanuit de gedachte dat deze beleving in de loop der tijd kan veranderen, doordat de Tweede Wereldoorlog steeds verder achter ons ligt en jongere generaties in de samenleving geen directe ervaringen hebben met de Tweede Wereldoorlog. Willen 4 en 5 mei een duidelijke plaats behouden in onze samenleving, dan moeten de herdenking en viering ook in de toekomst blijven aansluiten bij de beleving van de burgers. Dit is de negende meting in een jaarlijkse serie die begonnen is in 2002. In het draagvlakonderzoek wordt gekeken naar het draagvlak voor en de houding ten aanzien van de jaarlijkse Nationale Dodenherdenking op 4 mei en de viering van Bevrijdingsdag op 5 mei (*n*=959). Omdat eind 2009 en begin 2010 in de media een discussie werd gevoerd over het karakter van de herdenking en de mogelijke aanwezigheid van buitenlandse ambassadeurs, en meer specifiek van de Duitse ambassadeur bij de Nationale Herdenking op 4 mei, zijn in dit onderzoek vragen meegenomen over het thema verzoenen en herdenken.

Nederland is verzoend met Duitsland en Japan
Moet de verzoening met Duitsland en Japan nog plaatsvinden of heeft deze al plaatsgevonden? En in hoeverre wordt de beeldvorming over Duitsers en Japanners vandaag de dag nog beïnvloed door de Tweede Wereldoorlog? Het grootste deel van de Nederlandse bevolking (80%) vindt dat verzoening met Duitsland al heeft plaatsgevonden. Het aandeel van de Nederlanders dat vindt dat de verzoening met Japan heeft plaatsgevonden, is met 62% kleiner. 88% van de Nederlanders geeft daarnaast aan dat de Tweede Wereldoorlog geen negatieve invloed (meer) heeft op de wijze waarop zij tegen Duitsers aankijken en 92% geeft aan dat dit voor Japanners het geval is. Het merendeel van de Nederlanders vindt de aanwezigheid bij de Dodenherdenking, dan wel de viering van de Bevrijding van direct of indirect bij de Tweede Wereldoorlog betrokken burgers en (ex-) militairen het belangrijkste. Aan de aanwezigheid van buitenlandse ambassadeurs wordt door ongeveer 4% van de Nederlanders waarde gehecht. Dit ligt in lijn met de constatering dat Nederlanders 4 en 5 mei vooral als nationale momenten zien. 65% van de Nederlanders is het eens met de stelling dat de Dodenherdenking op 4 mei belangrijk is omdat het een nationaal moment in Nederland is. Voor de viering van de Bevrijding is dat 62%.

4 en 5 mei zijn ‘duurzaam relevant’
Het belang dat de Nederlandse bevolking toekent aan de jaarlijkse herdenking en viering is onverminderd groot. Zo vindt 80% van de bevolking het belangrijk dat de herdenking en viering jaarlijks plaatsvinden. We zien dat dit percentage door de tijd heem heel constant is. Hoewel de looptijd van dit onderzoek beperkt is (de eerste meting vond plaats in 2002), zijn er geen aanwijzingen dat de herdenking en viering aan relevantie inboeten naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter ons ligt. Deze ‘duurzame relevantie’ lijkt samen te hangen met het karakter van beide dagen. Hoewel de herdenking en viering onlosmakelijk verbonden blijven met de Tweede Wereldoorlog, hebben beide dagen voor veel mensen ook een meer universele betekenis gekregen:

• Het belangrijkste van de jaarlijkse herdenking is voor de meeste mensen het stilstaan bij de gevolgen van oorlog, *zowel vroeger als nu.*
• Het belangrijkste van de jaarlijkse viering is volgens de meeste mensen erbij stilstaan dat vrijheid niet vanzelfsprekend is.
• De meeste Nederlanders vieren op Bevrijdingsdag *zowel* de vrijheid als de bevrijding.
• Tijdens de Dodenherdenking wordt het vaakst gedacht aan *alle* oorlogsslachtoffers, van welke oorlog dan ook.
• De herdenking en de viering worden door een ruime meerderheid van de Nederlandse bevolking belangrijk gevonden voor *iedereen,* ongeacht opleiding of achtergrond.
• Een ruime meerderheid vindt dat herdenken en vieren gaan over het verleden én over vandaag de dag.
• Driekwart van de Nederlanders vindt dat 4 en 5 mei relevant blijven, zolang oorlog en onderdrukking bestaan.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Toerisme naar begraafplaatsen De motieven van bezoekers van Nederlandse monumentale begraafplaatsen.	2010	Bezoekers de Grebbeberg en Zorgvlied	Universiteit Utrecht	Universiteit Utrecht (student)			

Onderzoek bezoekers van de Grebbeberg

Opzet onderzoek + bezoekersprofiel

Op vrijdag 18 en zondag 20 juni zijn bezoekersenquêtes afgenomen bij een vijftigtal willekeurig geselecteerde bezoekers van de Grebbeberg (31 mannen en 19 vrouwen). Van alle ondervraagden waren er achttien tussen de 51 en 65 jaar en achttien ondervraagden waren boven de 65 jaar. Jongeren tonen volgens dit onderzoek weinig interesse in de oorlogsgraven. De Grebbeberg ligt in aan de rand van de provincie Utrecht, vrij centraal in Nederland. Het is dan ook logisch dat de meeste bezoekers uit Gelderland (15) en Zuid Holland (15) komen. Toch waren, op Groningen en Flevoland na, alle provincies vertegenwoordigd. Dit geeft aan dat de Grebbeberg wordt gezien als erfgoed van nationaal belang. Ongeveer een vijfde van de ondervraagde kwam uit de directe omgeving. Een kwart van de mensen had de oorlog zelf meegemaakt en kende de Grebbeberg nog vanuit hun jeugd. De helft van de ondervraagden kwam voor het eerst, en zestien procent kwam voor de tweede keer. Bezoekers die meer dan vijf keer de begraafplaats hadden bezocht waren omwonenden die op 4 mei de herdenking bijwoonden. Een enkeling gaf aan zeer geïnteresseerd te zijn in militaire geschiedenis en had daarom al meerdere keren de begraafplaats bezocht had.

Bezoekersmotieven

De reden ‘Ik kom hier omdat de geschiedenis mij aanspreekt’ wordt het vaakst genoemd door de respondenten. Men is niet zozeer geïnteresseerd in de architectuur van de plek, of de schoonheid van het landschap, maar gaat er echt heen omdat hier iets bijzonders heeft plaatsgevonden. Dit hangt ook samen met de tweede reden die bezoekers hebben gegeven: respect (‘Ik kom hier omdat het goed is om te doen : respect’). Als derde motivatie wordt ‘culturele belangstelling’ genoemd. Op de vierde plek in de ranglijst komt de natuur. Dit is te verklaren door de vele wandelaars en wandelroutes die langs de Grebbeberg lopen. Op de vijfde plek staat dat men iets van deze plek wil leren. Opvallend is dat de ouderen deze motovatie vaak niet belangrijk vinden onder de noemer ‘ Ik weet het allemaal al, ik was er namelijk zelf bij’. Motivaties die weinig voorkomen zijn ‘architectuur’, ‘affiniteit met de dood’, of een ‘beroemd persoon’. Zeven (van de 50) mensen gaven aan dat ze ‘gewoon langsreden’ en toen ‘even gingen kijken’.

Onderzoek bezoekers van Zorgvlied

Opzet onderzoek + bezoekersprofiel

Ter vergelijking is ook een onderzoek uitgevoerd onder bezoekers van begraafplaats Zorgvlied. De interviews zijn afgenomen op 25, 26 en 27 juni. Uiteindelijk zijn dertig bezoekers geënquêteerd. Deze bezoekers zijn voor het grootste gedeelte mannelijk en de leeftijd schommelt tussen de dertig en zestig. Dit is een groot verschil met de Grebbeberg, waar de leeftijd van de bezoekers een stuk hoger lag. Veel van de toeristen komen alleen of in tweetallen. Gezinnen die naar de begraafplaats gaan als uitstapje komen zelden voor, evenals wandelgezelschappen of andere vrijetijdsverenigingen. Opvallend was dat de meeste

bezoekers uit de omgeving kwamen, namelijk uit Amsterdam zelf. Dit is mede te verklaren doordat de begraafplaats nog steeds in werking is en dus vele Amsterdammers er een geliefde/bekende hebben begraven. Hierdoor kennen vele mensen de plek van een begrafenis en komen er op deze manier mee in aanraking. Dit is ook goed te zien in de resultaten, waar de overgrote meerderheid aangeeft deze plek te kennen, omdat ze er ooit iemand hebben begraven. Opvallend is dat twee ondervraagden letterlijk aangaven de begraafplaats te kennen van het internet of de televisie. Deze mensen kwamen beide voor het graf van een beroemd persoon die ze kenden via de media. Hiermee komen de media naar voren als push-factor om naar funerair erfgoed te gaan. Zoals al eerder is gebleken gaan naar Zorgvlied heel andere toeristen dan naar de Grebbeberg. Opvallend was bijvoorbeeld dat er verschillende mensen waren die op Zorgvlied hun hobby beoefenden. Zo was er een man die als hobby begraafplaatsen in Nederland afreisde om foto's te maken van verschillende graven.

Bezoekersmotieven

De meeste mensen (21 van de 30) gaven aan dat ze naar de begraafplaats kwamen omdat de rust hen aansprak. Verdriet was op Zorgvlied veel meer aanwezig dan op de Grebbeberg, ook onder de toeristen. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat op Zorgvlied elke dag nog begrafenissen plaats vinden, waardoor het verlies nog veel verser in het geheugen ligt. Verder kwamen mensen ook voor de natuur. Gezien het aantal bezoekers dat uit de buurt komt is het logisch dat mensen de begraafplaats als een alternatief voor een park zien. Ook de motivatie 'architectuur' is bij Zorgvlied veel duidelijker aanwezig dan bij de Grebberg. Bezoekers van Zorgvlied gaven vooral aan de oude graven in de Romantische stijl mooi te vinden en daarvan te genieten. Ook de grafteksten spraken de ondervraagden aan. De factor 'geschiedenis', waarvoor toeristen massaal naar de Grebberg kwamen, was voor de bezoeker van Zorgvlied geen belangrijke motivatie. Dit is te verklaren door het feit dat er geen historische gebeurtenis heeft plaatsgevonden op Zorgvlied en er geen duidelijke historische gebeurtenis aan de plek wordt verbonden.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Onderzoek Nationale Dodenherdenking	2010	Genodigden Nationale Dodenherdenking	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Motivaction			

Onderzoeksopzet
In opdracht van het Nationaal Comité 4 en 5 mei heeft Motivaction een publieksonderzoek uitgevoerd onder een deel van de genodigden van de herdenkingsbijeenkomst in de Nieuwe Kerk op de Dam in Amsterdam. Het Nationaal Comité nodigt elk jaar diverse personen uit voor de herdenkingsbijeenkomst in De Nieuwe Kerk. De bijeenkomst wordt door 1700 mensen bezocht. Het betreffen functioneel genodigden, vertegenwoordigers van organisaties van oorlogsbetrokkenen en overlevenden en nabestaanden. Deze laatste groep, de primaire doelgroep van de bijenkomst in De Nieuwe Kerk, is in dit onderzoek bevraagd. Het onderzoek is middels een schriftelijke vragenlijst (van 21 vragen) afgenomen. Een dag na de herdenkingsbijeenkomst (5 mei) is de vragenlijst verstuurd naar alle genodigden, uit de groep individueel nabestaanden en overlevenden, die een uitnodiging voor de Nationale Herdenking hebben aangevraagd en ontvangen van het Nationaal Comité. Deze genodigden ontvingen de vragenlijst per post, met een begeleidende brief en een gefrankeerde antwoordenvelop. Er zijn in totaal 870 vragenlijsten verstuurd. De veldwerkperiode heeft gelopen van 5 tot 26 mei. Er zijn in totaal 625 vragenlijsten geretourneerd. De respons is daarmee 72%.

Alleen vanwege gezondheidsredenen afwezig
• 65% van de genodigden (individuele nabestaanden/ overlevenden) heeft de Nationale Herdenking 2010 in Amsterdam daadwerkelijk bijgewoond.
• Van de genodigden die dit jaar niet aanwezig waren, is 78% vorig jaar wel (of dat jaar ervoor) geweest. 83% van hen volgde de Herdenking dit jaar via de televisie.
• 52% van de genodigden die dit jaar niet aanwezig waren, heeft de kaart doorgegeven aan een ander (veelal directe familieleden).
• De meest genoemde reden waarom men dit jaar niet aanwezig kon zijn, is vanwege de gezondheid. Naarmate men ouder is, is men vaker afwezig. Andere genoemde redenen zijn plotselinge ziekte of sterfgevallen in de nabije omgeving, vakantie of verblijf in het buitenland.

Aanwezigheid H.M. de Koningin belangrijke motivatie
• Een ruime meerderheid (87%) van alle genodigden ervaart bij de Herdenking een gevoel van verbondenheid. Een kwart vindt troost en een weerzien met gelijkgestemden. Ook noemt men het een ereplicht, een betuiging van respect en een bewustwording dat het nooit vergeten mag worden/nooit weer gebeuren mag.
• Op de vraag in hoeverre de aanwezigheid van H.M. de Koningin belangrijk is, geven de meeste genodigden (94%) aan dit zeer van belang te vinden. Voor 64% van de genodigden is het zelfs een reden om de Nationale Herdenking bij te wonen.
• 54% van de genodigden herdenkt mensen die zij zelf verloren zijn. 50% zegt aan alle slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog te denken, die wereldwijd zijn omgekomen. 30% denkt speciaal aan Nederlandse slachtoffers.

Organisatie boven verwachting
• Voor zowel het programma, de organisatie, als de informatievoorziening rondom de Nationale Herdenking geldt dat het aan de verwachting van de meeste genodigden voldeed.

• De Nationale Herdenking wordt zeer hoog gewaardeerd door de genodigden: gemiddeld geven zij een 9. Het programma op de Dam en in de Nieuwe Kerk worden goed tot zeer goed gewaardeerd. Er zijn alleen klachten over de organisatie bij aankomst (vooral het wachten bij de ingang van de Nieuwe Kerk wordt als hinderlijk ervaren).
• Over de communicatie van het Nationaal Comité is men tevreden, dit geldt zowel voor de uitnodiging, de programmakaart, als de verwerking van de aanmelding. De website wordt door een meerderheid niet bezocht. De Memorabel wordt door ongeveer tweederde ontvangen en goed gewaardeerd: de helft van de genodigden zou de Memorabel wel vaker willen ontvangen.

Alle programmaonderdelen belangrijk
De programmaonderdelen van de Herdenkingsbijeenkomst in de Nieuwe Kerk en de plechtigheid bij het Monument op de Dam zijn voor vrijwel alle genodigden belangrijk. Vooral de twee minuten stilte op de Dam zijn zeer van belang voor de genodigden.

Meeste genodigden zijn zelf oorlogsslachtoffer
• 51% van de genodigden ontvangt al langer dan 10 jaar een uitnodiging. 31% heeft zichzelf aangemeld en 26% is afkomstig uit het bestand van de Oorlogsgravenstichting. Daarnaast zijn er veel mensen van wie de ouders gingen en die de traditie hebben overgenomen.
• 75% van de genodigden heeft zelf de Tweede Wereldoorlog meegemaakt. 19% heeft zelf de Tweede Wereldoorlog niet meegemaakt, maar familieleden of vrienden wel. De groep militairen is minder vertegenwoordigd: 14% heeft zelf als militair gediend en 12% kent persoonlijk iemand die als militair heeft gediend.
• Op de vraag met welke groep men zich persoonlijk verbonden voelt, kiest 50% Verzet Nederland, 42% Burgerslachtoffers Nederland, 41% Joden, 36% militairen in dienst van het Koninkrijk der Nederlanden en 22% met politiek gevangenen.

Boodschap doorgeven
• 51% van de genodigden komt met partner, 46% met familie. Men neemt vooral iemand anders mee om er samen over te praten en in mindere mate voor de (emotionele en fysieke) ondersteuning. Zelf noemen de genodigden bewustwording onder jongeren een reden om iemand mee te nemen (13% neemt een kleinkind mee).
• Een ruime meerderheid van de genodigden is zeker van plan om in de toekomst de Nationale Herdenking te blijven bijwonen. Uit de open antwoorden blijkt dat zij graag willen dat het werk van het Nationaal Comité wordt voortgezet. Ook vinden zij het van belang dat hun kinderen de uitnodiging overnemen (veel genodigden zijn al nabestaande of geven de kaart al door als ze zelf niet aanwezig kunnen zijn).

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
WO 2.0	2010	Geschiedenisdocenten voortgezet onderwijs	Elsevier	ResearchNed			

Onderzoeksopzet
Onderzoeksbureau ResearchNed uit Nijmegen benaderde namens Elsevier de geschiedenissecties van vijfhonderd scholen in het voortgezet onderwijs met het verzoek om aan geschiedenisdocenten te vragen een vragenlijst in te vullen. Ook via de nieuwsbrief van de digitale school zijn docenten opgeroepen mee te doen aan het onderzoek. In totaal 339 geschiedenisdocenten van vmbo, havo en vwo deden in april mee. Met een unieke code konden ze inloggen op een digitale lijst met vragen en stellingen. De kernvraag van het onderzoek is hoe het is gesteld met het thema Tweede Wereldoorlog in het geschiedenisonderwijs. Van de docenten heeft 57 procent tenminste tien jaar ervaring in het onderwijs. De gemiddelde leeftijd is 43 jaar.

Shoah in de klas
Bijna een op de tien docenten geeft aan weleens te hebben meegemaakt dat hij/zij de Holocaust niet of nauwelijks ter sprake kon brengen in de klas. Het merendeel van de docenten laat zich daardoor niet uit het veld slaan. Bijna 2 procent van de docenten geeft aan de Holocaust nu op een andere manier te behandelen. Nog geen half procent zegt de Holocaust niet of nauwelijks meer te behandelen. Niet alleen islamitische leerlingen hebben moeite met de Holocaust volgens de docenten. Eén docent gaf aan te hebben meegemaakt dat ook rechts-extremistische leerlingen ertegen in verzet kwamen.

Belang van de Tweede Wereldoorlog
Alle geschiedenisdocenten zijn ervan overtuigd dat de Tweede Wereldoorlog bijzondere aandacht verdient, meer nog dan de Eerste Wereldoorlog of de Koude Oorlog. In het Elsevier/ResearchNed-onderzoek zeggen bijna alle docenten het belangrijk te vinden om leerlingen te betrekken bij herdenkingen. Bijna allemaal nemen ze leerlingen mee naar een museum, monument, voormalig concentratiekamp of andere plek die herinnert aan de oorlog. Het blijft niet bij historische feiten. Maar liefst 97 procent van de docenten wil ook een morele boodschap overbrengen. Zeven op de tien docenten zeggen dat de Tweede Wereldoorlog leerlingen helpt om te begrijpen wat de gevolgen zijn van ‘intolerantie’ en acht op de tien docenten zijn van mening dat de Tweede Wereldoorlog leerlingen helpt de waarde te onderkennen van democratie, vrijheid en grondrechten. Als de docenten de interesse van hun leerlingen voor de Tweede Wereldoorlog moeten belonen met een cijfer dan zouden ze gemiddeld een acht geven. Een meerderheid van de docenten geeft aan te weinig tijd te hebben om alle stof te kunnen behandelen.

Interesse voor Tweede Wereldoorlog onder leerlingen
Leerlingen van nu interesseren zich volgens de docenten minstens zoveel voor de Tweede Wereldoorlog als toen de docenten zelf nog op school zaten. De docenten denken dat onder de leerlingen vooral de Jodenvervolging een populair thema is in het onderwijs over de Tweede Wereldoorlogen. Andere populaire onderwerpen zijn collaboratie en verzet in Nederland en het leven onder Duitse bezetting. De nasleep en de wederopbouw worden ingeschat als niet populair, net als de verovering en bezetting van Nederland-Indië.

Televisie belangrijke bron van informatie

Buiten school leren scholieren vooral van de televisie over de Tweede Wereldoorlog. Zeker negen op de tien docenten noemt films en tv-series als bron van informatie voor leerlingen. Volgens sommige docenten zijn scholieren, vooral jongens, dol op series als 13 in de Oorlog van de NPS, *Band Of Brothers* en *the Pacific* over gewone Amerikaanse soldaten op het Europese en het Aziatische strijdtoneel. Ook films als Oorlogswinter en Zwartboek zijn in trek. Docenten laten zelf geregeld een film(fragment) zien, zoals *Schindlers List* over de Holocaust. In boeken zijn leerlingen een stuk minder geïnteresseerd volgens de docenten. Niet meer dan een op de tien gelooft dat leerlingen daar kennis over de Tweede Wereldoorlog uithalen. Toch is het aantal strips over de oorlog juist toegenomen, sinds de Anne Frank Stichting in 2006 het stripboek De Ontdekking publiceerde om jongeren te interesseren voor de oorlog.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2010	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Dienst Publiek en Communicatie i.s.m. Daphne Communication Management en Intomart			

Onderzoeksopzet
In 1987 is bij Koninklijk Besluit het Nationaal Comité 4 en 5 mei ingesteld om vorm, inhoud en richting te geven aan de toezegging van de Tweede Kamer dat er jaarlijks blijvend aandacht aan 4 en 5 mei wordt besteed. Er wordt jaarlijks een Postbus 51-campagne gevoerd, die als kapstok fungeert voor alle activiteiten van het Nationaal Comité en daarnaast voor lokale en regionale activiteiten. De Postbus 51-campagne heeft een attenderingsfunctie voor 4 en 5 mei. De campagne 4 en 5 mei heeft tot doel het in stand houden van de (basis)kennis over 4 en 5 mei, het in stand houden van het draagvlak voor de gedachte van 4 en 5 mei en het stimuleren van het gewenste gedrag (2 minuten stilte op 4 mei, vieren 5 mei, vlaggen, debat over de vrijheid). De campagne richt zich in eerste instantie op het algemeen publiek. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan de zogenaamde 'tweede generatie', ofwel mensen waarvan één van de ouders (of beiden) de Tweede Wereldoorlog meegemaakt hebben. De 4 en 5 mei campagne maakt deel uit van een meerjarenstrategie. Het Nationaal Comité werkt met beleidsperioden van vijf jaar. In de periode 2006 - 2010 wordt aansluiting gezocht bij actuele vraagstukken rond vrijheid, vrede en democratie. 'Vrijheid maak je met elkaar' vormt het kernbegrip voor de thema-uitwerkingen van deze vijf jaar. Het specifieke jaarthema voor 2010 is: 'Vrijheid wereldwijd, wat is daar voor nodig?'. Er is dit jaar gebruik gemaakt van een campagneconcept, ontwikkeld in 2008. In de tv-spot is te zien dat verschillende mensen ballonnen oplaten in de kleuren rood, wit en blauw. De voice-over vertelt dat we elk jaar onze oorlogsslachtoffers herdenken en onze vrijheid vieren. Vrijheid is niet vanzelfsprekend, vrijheid maak je met elkaar. Daarnaast is een radiospot, meerdere advertenties in de Metro en een advertorial in huis-aan-huis bladen ingezet. De campagne heeft gelopen van 12 april t/m 4 mei 2010.

Achtergronden bij de doelgroep
De zelf ingeschatte kennis over het onderwerp '4 en 5 mei' is hoog als we dat vergelijken met andere Postbus 51 campagnes. Voor betrokkenheid zien we dat zowel de maatschappelijke als de persoonlijke relevantie van '4 en 5 mei' lager is dan de benchmark. Men vindt 4 mei (persoonlijk en maatschappelijk) relevanter dan 5 mei. Zowel de zelf ingeschatte kennis over, de interesse in en de betrokkenheid met '4 en 5 mei' stijgt gedurende de campagne.

Bereik
Van het algemeen publiek herkent 77% (benchmark: 88%) de campagne uitingen; voor de 'tweede generatie' (kinderen van ouders die de Tweede Wereldoorlog hebben meegemaakt) is dit 73%. Deze resultaten zijn beneden gemiddeld. Van het algemeen publiek en de tweede generatie herkent ongeveer tweederde de tv-spot (respectievelijk 66% en 65%), wat lager dan gemiddeld is (benchmark: 72%). Het bereik van de radio commercial is bovengemiddeld onder het algemeen publiek en iets lager dan gemiddeld onder de tweede generatie (49% en 41% versus benchmark: 44%). De dagbladadvertenties (Metro) worden verder door 36% van het algemeen publiek en 33% van de tweede generatie herkend (benchmark: 25%), wat hoger dan gemiddeld is. Men geeft aan de advertenties voornamelijk gezien te hebben in 'landelijke

dagbladen', 'gratis dagbladen' en 'regionale dagbladen'. Verder herkent 26% van het algemeen publiek en 28% van de tweede generatie de ingezette advertorial in huis-aan-huis bladen.

Herinnering
Van het algemeen publiek kan 48% (tweede generatie 51%) zich herinneren de afgelopen weken een campagne gezien of gehoord te hebben over 4 en 5 mei, wat gemiddeld is (benchmark: 47%). Men herinnert zich vooral de campagne van televisie, gevolgd door radio en advertentie uitingen. Als er gevraagd wordt een omschrijving van de tv-spot te geven, blijkt 21% van het algemeen publiek en 19% van de tweede generatie in staat deze spot juist te kunnen omschrijven. Tenslotte heeft van het algemeen publiek 28% en van de tweede generatie 29% naast de campagne op een andere manier iets gehoord of gezien over 4 en 5 mei (vooral via tv en artikelen in kranten en tijdschriften).

Boodschapoverdracht
Men noemt spontaan vooral als boodschap van de campagne dat 'vrijheid niet vanzelfsprekend is', dat 'het belangrijk is om te blijven herdenken' en dat 'op 4 mei de slachtoffers van oorlogsgeweld worden herdacht'. Van de primaire boodschappen vindt men vooral dat de boodschappen 'op 4 mei vindt de nationale (Doden)Herdenking plaats', 'op 5 mei wordt de Nationale Bevrijdingsdag gevierd' en 'op 4 mei worden de slachtoffers van oorlogsgeweld herdacht' goed zijn overgekomen. De secundaire boodschappen dat 'vrijheid niet vanzelfsprekend is en daarom ieder jaar opnieuw gevierd wordt' en dat 'wereldwijde vrijheid belangrijk is' komen beter dan gemiddeld over. Er zijn geen verschillen tussen het algemeen publiek en de tweede generatie wat betreft de boodschapoverdracht.

Waardering
De totale campagne wordt gemiddeld gewaardeerd door zowel het algemeen publiek als de tweede generatie (beide groepen: 6,8 versus benchmark: 6,7). Aan degenen die een 6 of lager geven, is gevraagd om een toelichting te geven op het rapportcijfer. Zij noemen de campagne 'niet opvallend' of vinden dat deze 'niet goed overkomt'. De tv-spot (7,1) wordt gemiddeld gewaardeerd, terwijl de radiospot (7,0) en dagbladadvertenties (6,9) hoger dan gemiddeld worden gewaardeerd. Op de meeste waarderingsaspecten scoort de campagne gemiddeld of hoger. De campagne wordt gezien als 'aansprekend', 'geloofwaardig' en 'mooi'. Wat opvalt is dat de campagne het minder goed doet op het aspect 'geeft nieuwe informatie'. Verder scoort de campagne hoog op 'respectvol'.

Behaalde effecten
Kenniseffecten
De bekendheid met 4 mei, de datum van de Nationale (Doden)Herdenking, is bij het algemeen publiek toegenomen van 85% voor de campagne naar 95% na afloop van de campagne. Ook de bekendheid met 5 mei, de datum van de Dag van de Vrijheid, is toegenomen van 87% naar 94%. De doelstelling dat 90% van het algemeen publiek bekend is met beide data, is daarmee behaald. Verder is de bekendheid met de slogan 'Vrijheid maak je met elkaar' zowel bij het algemeen publiek als de tweede generatie gestegen tijdens de campagne (algemeen publiek: van 62% naar 84%, tweede generatie: van 63% naar 82%). De bekendheid met het fakkellogo is ook voor beide doelgroepen gestegen. De geholpen bekendheid met de website 'www.4en5mei.nl' is tenslotte gemiddeld (algemeen publiek: 32%, tweede generatie: 31% versus benchmark: 34%). De websitebekendheid verandert niet tijdens de campagne.

Houdingseffecten
Van het algemeen publiek geeft 50% na afloop van de campagne aan het herdenken van oorlogsslachtoffers op 4 mei voor zichzelf belangrijk te vinden. De doelstelling (50%) is daarmee behaald. Van het algemeen publiek geeft 44% na afloop van de campagne aan het vieren van de vrijheid/de bevrijding op 5 mei voor zichzelf belangrijk te vinden. Deze houdingsdoelstelling (40%) daarmee is ook behaald. Er zijn duidelijk stijgingen te zien tijdens de campagne wat betreft de persoonlijke relevantie voor zowel 4 mei (algemeen publiek: van 43% naar 50%) als 5 mei (algemeen publiek: van 35% naar 44%). Na de campagne geeft negen op de tien van het algemeen publiek en de tweede generatie aan (89% en 92%) zich er op 4 mei bewust van te zijn dat het de dag van de Nationale (Doden)Herdenking is. Ook geeft 86% van het algemeen publiek en 87% van de tweede generatie aan zich er op 5 mei bewust van te zijn dat het de dag van de Nationale Viering van de Bevrijding is. Dit bewustzijn voor zowel 4 als 5 mei stijgt onder beide groepen tijdens de campagne. Het merendeel van de mensen staat verder positief, los van de datum, tegenover het herdenken van oorlogsslachtoffers (beide groepen 79%) en het vieren van de vrijheid/de bevrijding (algemeen publiek 74%, tweede generatie: 73%). Van het algemeen publiek is na afloop van de campagne 15% het eens met de stelling 'ik zou best mee willen helpen met het organiseren van activiteiten voor 4 en 5 mei'. De doelstelling (15%) is daarmee behaald. De campagne laat ook effecten zien op andere (houdings)stellingen. Zo vindt er een stijging plaats onder het algemeen publiek/tweede generatie dat vindt dat 'het herdenken van oorlogsslachtoffers en het vieren van de vrijheid moet blijven bestaan, ook wanneer de generatie die de Tweede Wereldoorlog heeft meegemaakt niet meer in leven is'. Het aantal mensen onder het algemeen publiek/tweede generatie dat 'het belangrijk vindt dat zijn (kind of) kinderen (later) begrijpen dat vrijheid niet vanzelfsprekend is' en dat 'het belangrijk vindt dat zijn (kind of) kinderen (later) 2 minuten stil zijn' stijgt verder tijdens de campagne. 'Respect voor anderen', 'verdraagzaamheid', 'veiligheid', 'rechtvaardigheid' en 'mensenrechten' zijn voor zowel het algemeen publiek als de tweede generatie belangrijk om op 4 en 5 mei te benadrukken. Verder is gevraagd wat men denkt dat fundamentele voorwaarden voor (wereldwijde) vrijheid zijn. Van de mensen die dit denken te weten geeft men vooral als antwoord 'respect voor elkaar', 'gelijk(waardig)heid en geen discriminatie'. Tenslotte vinden ongeveer zeven op de tien van beide groepen dat 'alle Nederlanders in gelijke mate' verantwoordelijk zijn om de Nationale (Doden)Herdenking en het vieren van de vrijheid/de bevrijding in stand te houden.

Gedragseffecten
Van het algemeen publiek zegt 84% na afloop van de campagne te hebben deelgenomen aan '2 minuten stilte' op 4 mei. De doelstelling (behoud op hoog niveau: 82%) is daarmee behaald. Verder heeft na afloop van de campagne bijna de helft (48%) van het algemeen publiek aan tenminste één activiteit op 5 mei meegedaan, waardoor de doelstelling, dat 45% van het algemeen publiek op 5 mei actief deelneemt aan (vrijheids)festiviteiten, behaald is. Tenslotte heeft er een stijging plaats gevonden onder het algemeen publiek (van 14% naar 50%) en de tweede generatie (van 10% naar 48%) dat de afgelopen twee maanden met anderen gesproken heeft over de Nationale (Doden)Herdenking of de Nationale Viering van de Bevrijding.

Trends
De bekendheid dat op 4 mei de oorlogsslachtoffers worden herdacht en op 5 mei de vrijheid/de bevrijding wordt gevierd, ligt al jaren op een hoog niveau. Net als voorgaande jaren daalt de bekendheid met beide data voorafgaand aan de campagne om vervolgens tijdens

de campagne weer te stijgen tot een hoog niveau. De maatschappelijke relevantie voor zowel 4 als 5 mei ligt dit jaar op een vergelijkbaar niveau als voorgaande jaren. De persoonlijke relevantie is sinds enkele jaren dalend, alhoewel er dit jaar een lichte kentering te signaleren is. De maatschappelijke en persoonlijke relevantie voor 4 mei ligt al jaren hoger dan voor 5 mei.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Remembering war to walk in the park at liberty	2011	Bezoekers Liberty Park	Universiteit Tilburg/Liberty Park	Universiteit Tilburg (student)			

Onderzoeksopzet
Het belangrijkste doel van dit onderzoek is om informatie te verzamelen voor het ontwikkelen van een effectieve marketing-/communicatiestrategie voor Liberty Park. Eerst is er gebruik gemaakt van een literatuurstudie en vervolgens zijn zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeksmethoden gebruikt. Meer specifiek zijn er diepte-interviews gebruikt en zijn twee vragenlijsten opgezet. De interviews zijn face-to-face afgenomen in het museum en enkel trouwe bezoekers van Liberty Park zijn geïnterviewd. In totaal zijn er 16 mensen geïnterviewd en 37 vragenlijsten afgenomen.

Resultaten
In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een "laddering technique". Dit houdt in dat getracht wordt om door opeenvolgende vragen te achterhalen wat voor mensen de link is tussen attitudes ten aanzien van een product (in dit geval Liberty Park), de gevolgen van gebruik en persoonlijke waarden. Bijvoorbeeld: iemand is geïnteresseerd in de Tweede Wereldoorlog, omdat hij hierdoor realiseert dat het leven zoals we dat kennen in Nederland niet vanzelfsprekend is, wat vervolgens een belangrijk inzicht is voor hem persoonlijk en hij daardoor anders in het leven staat. Op deze manier kunnen bezoekersmotieven goed achterhaald worden. Vooral 'het zien van interessante dingen', 'iets leren', 'kinderen informeren' en 'herinneren' werden belangrijk gevonden. Belangrijke onderliggende persoonlijke waarden waren 'plezier hebben in het leven' (dagje uit en interessante dingen zien), 'goede relaties met andere onderhouden' (bijvoorbeeld voor mensen die met iemand gezellig een dagje uit waren) 'kennis en wijsheid' (voor mensen die iets nieuws leerden) en 'zelfvoldoening' (bewustwording).

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Jongeren over Oorlog Herdenken	2011	Jongeren	Ministerie van VWS (de directies Dienst Maatschappelijke Ondersteuning en Jeugd)	Universiteit Utrecht (Professor Micha de Winter)			

Onderzoeksopzet
Het volgende onderzoek is tot stand gekomen op verzoek van het Ministerie van VWS, te weten de directies Dienst Maatschappelijke Ondersteuning (DMO) en Jeugd. Het Nationaal Comité 4 en 5 mei was betrokken bij de opzet van de vragenlijst, omdat het comité jaarlijks het Nationaal Vrijheidsonderzoek laat uitvoeren waarin onder andere het draagvlak voor herdenken en vieren wordt onderzocht. Dit onderzoek laat zien hoe jongeren denken over de betekenis van het herdenken van de Tweede Wereldoorlog en de Holocaust, of zij daar zelf actief aan meedoen, hoe ze daarover geïnformeerd worden en geïnformeerd zouden willen worden en of ze vinden dat het nationaal herdenken toekomst heeft. Aan het onderzoek hebben 890 jongeren meegedaan. De gemiddelde leeftijd van de leerlingen is 15 jaar. De onderzochte groep bestaat uit 494 meisjes (55%) en 396 jongens (45%). Van de onderzochte jongeren volgt 47% het vmbo, 12% het mbo, 20% de havo en 20% het vwo. Bijna driekwart van de jongeren (74%) heeft ouders die beiden in Nederland zijn geboren. Van de respondenten heeft 25% één of twee ouders die in het buitenland zijn geboren. De meeste jongeren uit die groep hebben één of twee ouders uit een niet-westers land (19% van alle ondervraagde jongeren).

De Tweede Wereldoorlog raakt jongeren
Als jongeren gevraagd wordt wat het eerste in hun opkomt als ze aan oorlog denken, noemt een grote meerderheid (90%) de Tweede Wereldoorlog. Veel jongeren kennen iemand die een oorlog heeft meegemaakt. In de meeste gevallen zijn dat de grootouders (Tweede Wereldoorlog), maar sommige jongeren kennen ook mensen (ouders, vrienden) die andere oorlogen hebben meegemaakt in landen zoals in Afghanistan, Irak, Kosovo, Vietnam of Israël. De meeste jongeren hebben belangstelling voor persoonlijke oorlogsverhalen en velen kennen deze verhalen, die zij voor het merendeel ervaren als spannend en verdrietig. Ondanks dat de oorlog 66 jaar geleden is afgelopen (ten tijde van het onderzoek), worden jongeren nog steeds geraakt door de verhalen over de Tweede Wereldoorlog. Opmerkelijk is dat de open vragen in deze enquête relatief veel vaker zijn ingevuld dan gebruikelijk bij andere onderzoeken van het NJR Panel. Uit de diverse antwoorden is te zien dat het thema herdenken van de Tweede Wereldoorlog jongeren erg raakt.

Meerderheid is voor herdenking van de Tweede Wereldoorlog
Veruit de meeste jongeren vinden het belangrijk dat we in Nederland de Tweede Wereldoorlog (1940-1945) herdenken. De meeste jongeren (83%) vinden dat het voor iedereen belangrijk is. Jongeren willen graag stilstaan bij de gebeurtenissen van de Tweede Wereldoorlog, omdat ze vinden dat de oorlogsslachtoffers herinnerd moeten blijven. Daarnaast willen ze dat mensen beseffen dat vrijheid niet vanzelfsprekend is en dat oorlog en onderdrukking nog steeds bestaan. Respect betuigen aan de slachtoffers van de oorlog en stilstaan bij de thema's vrijheid en onderdrukking zijn belangrijke redenen voor jongeren om te herdenken. Dit blijkt ook uit de stellingen die zijn voorgelegd. Zo vinden de meeste

jongeren dat alleen als we herdenken op 4 mei, we op 5 mei de bevrijding/ vrijheid mogen vieren. En dat alleen als we oorlog herdenken, we zullen beseffen dat vrijheid niet vanzelfsprekend is. Jongeren zijn gemotiveerd om te herdenken. De thema's vrijheid en onderdrukking leven bij jongeren, maar worden gevoed door persoonlijke verhalen die hen doen beseffen dat het belangrijk is om te herdenken en vervolgens vrijheid te vieren.

Nationale Dodenherdenking op 4 mei meest passend
De Nationale Dodenherdenking is het meest bekend onder jongeren. Jongeren vinden deze herdenking ook het meest passend. De overige herdenkingsdagen zijn bij jongeren minder in beeld. Meer dan zes op de tien jongeren (61%) hebben een duidelijke voorkeur voor de datum 4 mei om de Nationale Dodenherdenking te houden. Zij vinden het goed dat er jaarlijks wordt herdacht en zijn eraan gewend dat 4 mei te doen.

Informatie over de rol bij herdenken
Ruim twee op de tien jongeren geven aan dat er op school aandacht wordt besteed aan het herdenken van de Tweede Wereldoorlog en de achtergrond ervan en ruim de helft daarvan is tevreden met de manier waarop school dat doet. Er is echter ook een groep die minder tevreden over is over de mate waarin op school aandacht wordt besteed aan de oorlog. Weliswaar wordt er in het basisonderwijs en de onderbouw van het voortgezet onderwijs aandacht besteed aan de Tweede Wereldoorlog en de Holocaust, naar de mening van de jongeren is er echter nog te weinig aandacht voor herdenken. Daar zou het onderwijs meer aan tegemoet kunnen komen door bijvoorbeeld overlevenden uit te nodigen voor een gastles, herdenkingsmomenten in te lassen door middel van musea- of kampbezoeken, gezamenlijk naar een herdenking te gaan of klassikaal een oorlogsmonument te adopteren.

Herdenken van de Tweede Wereldoorlog met een andere invalshoek
Via televisie krijgt een groot gedeelte van de jongeren informatie over het herdenken van de Tweede Wereldoorlog. Dit medium staat op nummer één van gewenste informatiebronnen. Daarnaast krijgen ze ook informatie via internet, films, kranten en tijdschriften. Jongeren vinden films en internet aantrekkelijk om informatie over het herdenken te krijgen. Jongeren krijgen via verschillende bronnen informatie over de Tweede Wereldoorlog. Er is een grote hoeveelheid (digitaal) materiaal beschikbaar over de Tweede Wereldoorlog. Het verdient aanbeveling om uit dit materiaal vooral de persoonlijke verhalen naar voren te brengen en minder in te zetten op de historisch-politieke invalshoek die nu in het onderwijs wordt gebruikt. Deze invalshoek spreekt namelijk minder tot de verbeelding. Al eerder werd genoemd dat jongeren erg geraakt worden door verhalen over de Tweede Wereldoorlog. Daarom zijn jongeren het beste te benaderen wanneer de gebeurtenissen in de Tweede Wereldoorlog voelbaar worden gemaakt. Bijvoorbeeld via media die door jongeren als aantrekkelijke informatiebronnen worden genoemd.

Hoe jongeren tijdens Nationale Dodenherdenking herdenken
Acht op de tien jongeren staan regelmatig stil bij de Nationale Dodenherdenking; zes op de tien doen er elk jaar aan mee. Ze volgden de herdenking via de televisie of onderbreken voor twee minuten hun bezigheden. Een kwart doet dit zelfs als ze met vakantie zijn. De meerderheid denkt dan aan de Tweede Wereldoorlog. Minder dan drie op de tien denken aan de Holocaust of aan oorlogen in het algemeen. Minder jongeren denken aan oorlogen/conflicten/vredesmissies waar Nederland bij betrokken is geweest of oorlogen die nu spelen. Er is maar een klein deel dat op geen enkele manier stil staat bij de Nationale

Dodenherdenking. In deze groep zijn jongens en jongeren met ouders die niet in Nederland zijn geboren oververtegenwoordigd.

Tweede Wereldoorlog is het symbool voor oorlog
De Tweede Wereldoorlog staat bij jongeren centraal bij de Nationale Dodenherdenking. Minder jongeren denken op dat moment aan oorlogen die nu spelen of oorlogen/conflicten/vredesmissies waar Nederland bij betrokken is geweest. Het is daarom geen noodzaak om herdenkingen te veralgemeniseren naar andere oorlogen, omdat jongeren zich voldoende kunnen identificeren met de gebeurtenissen van de Tweede Wereldoorlog. Deze oorlog is voor jongeren nog steeds het symbool voor oorlog.

Het persoonlijke verhaal raakt meer
Jongeren trekken zich het leed van de vele Joodse slachtoffers aan, maar noemen daarbij zelden de term Holocaust. Hieruit blijkt dat zij wellicht minder stilstaan bij de historisch-politieke analyse van de Jodenvervolging, maar vooral geraakt worden door de persoonlijke verhalen. Het aantal mensen dat de oorlog bewust heeft meegemaakt en erover kan vertellen neemt af. Om jongeren toch persoonlijke oorlogsverhalen mee te geven, is het belangrijk om deze verhalen te bewaren en door te geven aan jongeren. Het onderwijs en gemeenten kunnen daar een bijdrage aan leveren bijvoorbeeld tijdens herdenkingsmomenten en de voorbereiding daarop. Ook media spelen hierin een belangrijke rol via documentaires, films en boeken.

Hoe lang doorgaan met Nationale Dodenherdenking
De meeste jongeren verwachten dat we over 10 jaar de Tweede Wereldoorlog nog steeds zullen herdenken. Zij zien dat het liefst gebeuren op de dezelfde manier zoals nu gebeurt. Over het vieren van de bevrijding denken jongeren ongeveer hetzelfde: daarvan vindt 85% dat we dit moeten voortzetten.

Social media inzetten bij Nationale Dodenherdenking
De meerderheid van de jongeren wil graag betrokken blijven bij de Nationale Dodenherdenking. Dat kan volgens de meerderheid via social media (zoals Hyves, Facebook en Twitter). Jongeren, gemeenten, scholen en relevante organiserende instanties zouden zich kunnen bezighouden met manieren om social media in te zetten bij een herdenking. Voorbeelden kunnen zijn steunbetuigingen op profielpagina's tijdens diverse herdenkingsdagen (bijvoorbeeld Holocaust Memorial Day, Capitulatie van Japan) of een Twitterstilte zoals één respondent voorstelde.

Hoe jongeren willen herdenken
Jongeren vinden het belangrijk dat de herdenking op tv wordt uitgezonden. Verder staan jongeren open voor verhalen van mensen die de oorlog bewust hebben meegemaakt en willen ze dat er op school meer aandacht aan wordt besteed (bijvoorbeeld via gastsprekers en/of adoptie van een monument). Er is wel enige steun voor een afzonderlijke herdenking die speciaal voor jongeren is, maar die is niet overweldigend. Jongeren geven eerder aan dat ze hun respect willen betuigen aan de oorlogsslachtoffers, dat ze naar een herdenking gaan voor het saamhorigheidsgevoel en sommige jongeren zouden gaan vanwege een grootouder die bij de oorlog betrokken was. Waar jongeren behoefte aan hebben, is voelen hoe het geweest moet zijn voor de slachtoffers. Vanuit die verhalen kunnen jongeren zelf de verbinding met abstracte thema's als vrede, vrijheid en mensenrechten leggen.

Verschil van mening over andere landen uitnodigen bij Nationale Dodenherdenking
De meningen over de stelling dat Dodenherdenking op 4 mei nu een nationale herdenking is waarbij geen andere landen worden uitgenodigd en dat dit zo moet blijven, zijn erg verdeeld. Bijna vier op de tien zijn het daarmee eens en een zelfde percentage is het daarmee oneens, bijna een kwart heeft geen mening. Daarmee zijn jongeren even verdeeld als de overige voor- en tegenstanders van de kwestie of er vertegenwoordigers van andere landen uitgenodigd moeten worden tijdens Nationale Dodenherdenking.

Jongeren van ouders die niet in Nederland zijn geboren
Jongeren met ouders die niet in Nederland zijn geboren kennen relatief minder oorlogsverhalen dan jongeren waarvan de ouders wel in Nederland zijn geboren. De eerste groep ervaart die verhalen relatief vaker als verdrietig. Verder geven die jongeren vaker dan gemiddeld aan dat ze niet stil staan tijdens Nationale Dodenherdenking. Relatief veel van hen hebben geen mening over of en hoe we herdenken over 10 jaar, hoe lang we moeten doorgaan met herdenken en of 4 mei een wenselijke datum is. Uit het onderzoek blijkt echter op geen enkele manier dat ze er negatief tegenover staan.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Themadeel	2011	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het Ministerie van VWS heeft per 1 januari 2011 zes taken op het gebied van herinnering aan de Tweede Wereldoorlog aan het Nationaal Comité 4 en 5 mei overgedragen. Twee van deze taken hebben betrekking op educatie en voorlichting. In het licht van deze nieuwe taken is dit jaar in het themadeel de interesse voor de Tweede Wereldoorlog onderzocht, evenals de informatiebronnen over de oorlog die men gebruikt. Er is een steekproef uit TNS NIPObase getrokken van 1.250 personen. Het veldwerk is uitgevoerd van 7 tot en met 17 februari 2011. Van de benaderden hebben 929 deelgenomen aan het onderzoek, waarmee de respons uitkomt op 74%. In de netto steekproef waren 133 westerse en niet-westerse allochtonen vertegenwoordigd. De netto steekproef is op een aantal kenmerken (sekse, leeftijd, opleidingsniveau, grootte huishouden, regio, stedelijkheidsgraad en etniciteit) vergeleken met landelijke cijfers (volgens de GoudenStandaard) en waar nodig herwogen.

Onderwijs zorgt voor interesse in Tweede Wereldoorlog bij jongeren
Nederlanders zijn redelijk tot zeer geïnteresseerd in de Tweede Wereldoorlog: 44% geeft aan veel tot zeer veel interesse in de Tweede Wereldoorlog te hebben. Bij 65-plussers is de interesse het grootst: 64% is (zeer) geïnteresseerd. Bij jongeren van 18 tot en met 24 jaar is de interesse het minst. Van deze groep jongeren zegt 29% veel tot zeer veel interesse te hebben. Waar de interesse vandaan komt, verschilt sterk per leeftijdsgroep. School en opleiding hebben een belangrijke invloed op de interesse van de jongere generaties, met name jongeren van 13 tot en met 17 jaar. Bijna de helft van deze groep (49%) heeft interesse in de oorlog gekregen door school of opleiding. Voor 50- tot en met 65-jarigen zijn verhalen van vrienden en familie en vrienden de belangrijkste bron van interesse. Verzet en het leven van gewone mensen tijdens de oorlog zijn de twee aspecten van de oorlog waarin Nederlanders de meeste interesse hebben. Maar we zien dat verschillende groepen heel verschillende interesses hebben. Zo vinden vooral vrouwen het leven van gewone mensen interessant, terwijl mannen meer geïnteresseerd zijn in militaire geschiedenis. Hoger opgeleiden zijn vaker dan lager opgeleiden geïnteresseerd in het onderwerp vervolging. 65-plussers zijn vaak geïnteresseerd in het verzet, het leven van gewone mensen, vervolging en oorlogsgeschiedenis van voormalig Nederlands-Indië. Meer dan de helft van de Nederlanders heeft het afgelopen jaar iets gezien, gehoord, gelezen of gedaan dat te maken heeft met de Tweede Wereldoorlog. Voor jongeren speelt het onderwijs hierin een belangrijke rol. Van de 13- tot en met 17-jarigen heeft driekwart het afgelopen jaar iets gedaan in schoolverband. De groep 35- tot en met 49-jarigen heeft het afgelopen jaar het minst gezien, gehoord, gelezen of gedaan met de Tweede Wereldoorlog. 65-plussers houden zich het intensiefst met dit onderwerp bezig: voor 12% van hen is de Tweede Wereldoorlog een ‘hobby’.

Aantal oorlogsmusea wordt onderschat
De meeste Nederlanders gaan niet specifiek op zoek naar boeken, films, games, televisieprogramma’s, musicals of theaterstukken omdat die over de Tweede Wereldoorlog gaan. Een kwart laat deze zaken juist liggen omdat ze over de oorlog gaan. Voor de meeste Nederlanders heeft het onderwerp op zichzelf geen invloed op hun keuze. Nederlanders kijken vaker films, documentaires en tv-programma’s over de Tweede Wereldoorlog dan dat zij

oorlogsmonumenten, tentoonstellingen, musea of historische plekken bezoeken. *Schindlers List, Soldaat van Oranje* en *Oorlogswinter* zijn de meest bekeken films over dit onderwerp. *Het Achterhuis*, *Oorlogswinter* en *De Aanslag* zijn de meest gelezen boeken over dit onderwerp. Opvallend is dat veel Nederlanders niet weten hoeveel musea er in Nederland zijn die aandacht besteden aan de Tweede Wereldoorlog. 69% van de Nederlanders denkt dat dit er 10 of minder zijn, terwijl er in werkelijkheid meer dan 100 musea zijn die hier aandacht aan besteden. Veel van deze musea zijn onbekend bij het grote publiek. Van de Nederlandse bevolking heeft 65% wel eens een museum bezocht waarin aandacht wordt besteed aan de oorlog. Het Anne Frank Huis en de Amerikaanse oorlogsbegraafplaats Margraten zijn het best bezocht. De aantallen mensen die bepaalde musea in de toekomst nog zouden willen bezoeken zijn groot in relatie tot het daadwerkelijke bezoek aan die musea.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakonderzoek	2011	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het Nationaal Vrijheidsonderzoek is opgezet om de beleving van Nederlandse burgers ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Dit vanuit de gedachte dat deze beleving in de loop der tijd kan veranderen, doordat de Tweede Wereldoorlog steeds verder achter ons ligt en jongere generaties in de samenleving geen directe ervaringen hebben met de Tweede Wereldoorlog. Willen 4 en 5 mei een duidelijke plaats behouden in onze samenleving, dan moeten de Nationale Herdenking op 4 mei en de viering van 5 mei blijven aansluiten bij de beleving van de burgers. In dit onderzoek is gekeken naar de houding ten aanzien van, en het draagvlak voor de jaarlijkse Nationale Herdenking op 4 mei en de viering van 5 mei. Ook wordt in het onderzoek ingegaan op de mate waarin Nederlandse burgers zich zorgen maken over problemen in Nederland en wereldwijd. In het themaonderzoek staat dit jaar het thema ‘belangstelling voor de Tweede Wereldoorlog’ centraal. Er is een steekproef uit TNS NIPObase getrokken van 1.250 personen. Het veldwerk is uitgevoerd van 7 tot en met 17 februari 2011. Van de benaderden hebben 929 deelgenomen aan het onderzoek, waarmee de respons uitkomt op 74%. In de netto steekproef waren 133westerse en 129 niet westerse allochtonen vertegenwoordigd. De netto steekproef is op een aantal kenmerken (sekse, leeftijd, opleidingsniveau, grootte huishouden, regio, stedelijkheidsgraad en etniciteit) vergeleken met landelijke cijfers (volgens de GoudenStandaard) en waar nodig herwogen.

Op 4 mei herdenkt men alle oorlogsslachtoffers, van welke oorlog dan ook
Het maatschappelijke draagvlak voor de Nationale Herdenking op 4 mei is onverminderd groot. Van de Nederlanders vindt 86% het belangrijk dat hier jaarlijks bij stil wordt gestaan en dit percentage is in de afgelopen acht jaar stabiel in de tijd. De steun voor de Nationale Herdenking is bevolkingsbreed en beperkt zich niet tot specifieke groepen. Wel zien we ieder jaar dat jongeren tot 24 jaar minder belang aan deze dagen hechten. Boven deze leeftijd is het belang groter en zijn er nauwelijks verschillen naar leeftijd. De Nationale Herdenking wordt belangrijk gevonden voor iedereen, ongeacht leeftijd of achtergrond. Daarnaast vindt men de herdenking specifiek belangrijk voor mensen die de Tweede Wereldoorlog of een andere oorlog hebben meegemaakt of dierbaren in de Tweede Wereldoorlog of andere oorlog hebben verloren. Driekwart hecht persoonlijk belang aan de Nationale Herdenking. Het maatschappelijke belang van de Nationale Herdenking gaat voor veel mensen echter boven het persoonlijke belang. Bijna negen op de tien Nederlanders hebben het afgelopen jaar stilgestaan bij de jaarlijkse Dodenherdenking. De helft denkt tijdens de herdenking aan alle oorlogsslachtoffers wereldwijd, van welke oorlog dan ook. Deze groep is de afgelopen twee jaar gestaag gegroeid: van 42% in 2009 via 46% in 2010 naar 52% in 2011. Een meerderheid van 59% vindt ook dat de herdenking hierover zou moeten gaan, en zich niet zou moeten beperken tot de Nederlandse oorlogsslachtoffers. Tegelijkertijd weet men dat officieel tijdens de Nationale Herdenking de Nederlandse slachtoffers worden herdacht, zowel die van de Tweede Wereldoorlog als die van de oorlogen en vredesoperaties daarna.

5 mei blijft actueel zolang oorlog en onderdrukking bestaan
78% van de Nederlanders vindt de viering belangrijk. Net als bij de herdenking, is het draagvlak voor de viering constant in de tijd. Ook zien we dat net als bij 4 mei de viering

belangrijk wordt gevonden voor iedereen, ongeacht leeftijd of achtergrond. Men vindt 5 mei extra belangrijk voor mensen die de Tweede Wereldoorlog of een andere oorlog hebben meegemaakt of dierbaren in de Tweede Wereldoorlog of een andere oorlog hebben verloren. Ongeveer zeven op de tien hechten persoonlijk belang aan het vieren van 5 mei. Als het belang van de Nationale Herdenking op 4 mei en het belang van de viering van 5 mei naast elkaar wordt gezet, vindt 45% vieren en herdenken even belangrijk. 44% van de Nederlanders vindt herdenken belangrijker, tegenover 8% vieren. Wat vieren mensen eigenlijk op 5 mei? Men viert het vaakst 'de bevrijding van het Koninkrijk der Nederlanden, het einde van de Tweede Wereldoorlog en het feit dat we in vrijheid leven' (52%). De koppeling met het einde van de Tweede Wereldoorlog wordt vooral door mensen van 50 jaar en ouder gemaakt, terwijl mensen van middelbare leeftijd vaker de verbinding leggen met het feit dat we in vrijheid leven. Zeven op de tien Nederlanders vinden dat de viering actueel blijft zolang oorlog en onderdrukking bestaan. Ongeveer hetzelfde aantal staat op 5 mei stil bij respect en verdraagzaamheid. Zes op de tien Nederlanders staan stil bij grondrechten, mensenrechten en democratie. Ongeveer de helft van de bevolking staat stil bij de Tweede Wereldoorlog of beschouwt 5 mei als een dag waarop ze zich solidair voelen met mensen die nu niet in vrijheid leven. Wat doen Nederlanders op 5 mei? Vier op de tien Nederlanders volgen de viering op televisie, twee op de tien hangen de vlag uit en/of bezoeken een activiteit in het kader van 5 mei en 13% bezoekt een Bevrijdingsfestival. 17% van de Nederlanders staat niet stil bij de viering van 5 mei. Er zijn hierbij grote verschillen naar leeftijd: zo kijken 50-plussers vaker televisie en hangen ze vaker de vlag uit. Jongeren bezoeken vaker een Bevrijdingsfestival. Zo gaat bijna een kwart van de 18- tot en met 24-jarigen naar een Bevrijdingsfestival.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationalism and the national dimension of cultural consumption Wave 1	2011	Nederlanders	Radboud Universiteit	CentERdata			

Onderzoeksopzet
Het belangrijkste doel van deze studie was te onderzoeken in welke mate sociale klassen verschillen wat betreft nationale culturele consumptie en in welke mate nationale culturele consumptie wordt beïnvloed door nationalistische attitudes. In totaal hebben meer dan 4700 Nederlanders van 16 jaar en ouder aan dit onderzoek meegewerkt. In het onderzoek zijn ook een aantal aspecten relevant voor herdenken en vieren gevraagd. Zo is onder andere gevraagd of men in het bezit was van de Nederlandse vlag, hoe vaak men in de afgelopen 5 jaar op Bevrijdingsdag de Nederlandse vlag heeft uitgehangen en hoe vaak men in de afgelopen 5 jaar op 4 mei tijdens de dodenherdenking 2 minuten stilte in acht heeft genomen. In dit onderzoek is ook gevraagd in hoeverre de ouders van de respondenten de vlag uithingen op Bevrijdingsdag en twee minuten stil waren op 4 mei toen de respondenten 15 jaar oud waren.

Verklaringen participatie 4 en 5 mei
Uit het onderzoek kwam duidelijk naar voren dat deelname aan herdenken en vieren sterk beïnvloed werd door het gedrag van de ouders. Met andere woorden “jong geleerd, is oud gedaan”. Religie en opleidingsniveau hebben een beperktere invloed op deelname aan 4 en 5 mei. Tot slot laat het onderzoek zien dat patriotisme (liefde en trots voor Nederland) sterker gerelateerd is aan deelname aan nationale rituelen dan chauvinisme (gevoelens van superioriteit).

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2011	Nederlanders	Ministerie van Algemene Zaken	Dienst Publiek en Communicatie i.s.m. GfK Daphne en Intomart.			

Onderzoeksopzet
In 1987 is bij Koninklijk Besluit het Nationaal Comité 4 en 5 mei ingesteld om vorm, inhoud en richting te geven aan de toezegging van de Tweede Kamer dat ieder jaar blijvend aandacht wordt besteed aan 4 en 5 mei. Jaarlijks wordt een Postbus 51-campagne gevoerd, die als kapstok fungeert voor alle activiteiten van het Nationaal Comité en daarnaast voor lokale en regionale activiteiten. De Postbus 51-campagne heeft een attenderingsfunctie voor 4 en 5 mei. De campagne 4 en 5 mei wil een aantal doelen bewerkstellingen. Zo moet de campagne niet alleen de (basis)kennis over 4 en 5 mei in stand houden, maar ook het draagvlak voor de gedachte van 4 en 5 mei. Daarnaast moet de campagne het gewenste gedrag stimuleren (2 minuten stilte op 4 mei, vieren op 5 mei, vlaggen, debat over de vrijheid). De campagne richt zich primair op het algemeen publiek van 18 jaar en ouder. In 2008 is een nieuw campagneconcept ontwikkeld, dat niet alleen in 2009 en 2010, maar ook in 2011 werd ingezet. In de tv-spot is te zien dat allerlei verschillende mensen ballonnen oplaten in de kleuren rood, wit en blauw. De voice-over vertelt dat we elk jaar onze oorlogsslachtoffers herdenken en onze vrijheid vieren. Vrijheid is niet vanzelfsprekend, vrijheid maak je met elkaar. De campagne heeft gelopen van 4 april 2011 tot en met 5 mei 2011.

Achtergronden bij de doelgroep
Het campagneonderwerp 4 en 5 mei heeft voldoende draagvlak onder het algemeen publiek. Zo is niet alleen de zelfingeschatte kennis over zowel 4 als 5 mei bovengemiddeld, maar is men ook boven gemiddeld geïnteresseerd in het onderwerp. Het algemeen publiek vindt het in grotere mate van belang dat de overheid aandacht besteedt aan het herdenken van oorlogsslachtoffers op 4 mei dan aan het vieren van de vrijheid op 5 mei (4 mei 81% (zeer) belangrijk en 5 mei 70% (zeer) belangrijk, benchmark 79%). Dit beeld is eveneens zichtbaar voor de persoonlijke relevantie (4 mei 52% (zeer) belangrijk en 5 mei 40% (zeer) belangrijk, benchmark 57%).

Gemiddeld campagnebereik
De campagne wordt gekenmerkt door een gemiddeld campagnebereik. Van het algemeen publiek heeft 81% (benchmark 80%) één van de campagne-uitingen gezien. In mindere mate zijn mensen bereikt in de leeftijd van 18-25 jaar. De tv-spot heeft met 68% (benchmark 75%) een beneden gemiddeld bereik behaald. Dit was in 2010 ook het geval. Het aantal van het algemeen publiek dat de radiospot heeft gehoord is met 69% (benchmark 46%) boven gemiddeld. Vorig jaar lag het bereik nog op 50%. Een verklaring voor de stijging kan worden gevonden in de verdubbeling van het aantal grp's.

De campagne wordt goed teruggespeeld door het algemeen publiek
Meer dan de helft van het algemeen publiek (53% vs. benchmark 47%) kan zich een campagne over 4 en 5 mei herinneren. De campagne wordt met name herinnerd van de tv (73%) en de radio (34%). Als wordt gevraagd aan de mensen die de tv-spot hebben gezien een

omschrijving te geven, dan blijkt dat 28% van het algemeen publiek een goede omschrijving geeft.

Goede boodschapoverdracht
'Het is belangrijk om te blijven herdenken', wordt door 24% van het algemeen publiek spontaan als belangrijkste campagneboodschap genoemd. 'Vrijheid is niet vanzelfsprekend' volgt met 18%. In 2010 werd deze boodschap spontaan nog door 26% genoemd. Wanneer de primaire en secundaire boodschappen worden voorgelegd, dan blijkt dat de campagne er goed in is geslaagd deze over het voetlicht te tillen. Met name de primaire boodschappen 'Op 4 mei vindt de Nationale (Doden) Herdenking plaats', 'Op 5 mei wordt de Nationale Bevrijdingsdag/ Dag van de Vrijheid gevierd' en 'Op 4 mei worden de slachtoffers van oorlogsgeweld herdacht', zijn goed overgekomen.

Boven gemiddelde waardering voor de campagne
Met een 7.3 ontvangt de campagne een boven gemiddelde waardering (benchmark 6.8). De waardering is aanzienlijk gestegen sinds 2010 toen de campagne werd gewaardeerd met een 6.8. Voor de tv- en radiospot is eveneens een stijging zichtbaar in de gemiddelde waardering. Zo is de waardering van de tv-spot toegenomen van een 7.1 in 2010 naar een 7.4 in 2011 en de waardering van de radiospot van een 7.0 naar een 7.5. Wellicht dat de hogere betrokkenheid met het campagneonderwerp hier de oorzaak van is. Op het merendeel van de waarderingaspecten ontvangt de campagne een boven gemiddelde waardering. De campagne is 'duidelijk', 'geloofwaardig' en 'niet irritant'. Op het aspect 'nieuwe informatie', wordt de campagne beneden gemiddeld gewaardeerd.

Behaalde effecten
De communicatie-effecten worden vastgesteld door de kennis, houding en/of gedrag(sintentie) na afloop van de campagneperiode te vergelijken met die voorafgaand aan de campagneperiode.

Zeer goed kennisniveau 4 en 5 mei
Op welke datum vindt de nationale dodenherdenking plaats? Van het algemeen publiek antwoordt 93% na afloop van de campagne "4 mei". De doelstelling van een beoogd niveau van 95% is hiermee net niet behaald. Een vergelijkbaar aantal van 94% is er mee bekend dat op 5 mei de 'Dag van de Vrijheid' wordt gevierd. Het kennisniveau is hier gestegen van 87% naar 94%. De doelstelling van een stijging is behaald. Dat 4 mei de dag van de Nationale (Doden)herdenking is en 5 mei de dag van de Nationale Bevrijding, is van het algemeen publiek respectievelijk 87% en 88% zich bewust. De bewustwording van de betekenis van 5 mei, is toegenomen van 79% naar 88%.

Houding ten aanzien van 4 en 5 mei
De belangrijkste waarde om te benadrukken in het kader van 4 en 5 mei is 'respect voor anderen' (van 51% naar 60%). 'Verdraagzaamheid' (34%), 'rechtvaardigheid' (29%) en 'wereldwijde vrijheid' (28%), volgen op enige afstand. Ook dit jaar is de campagne er in geslaagd het belang van het behoud van 4 en 5 mei te onderstrepen. Zo is het aantal van het algemeen publiek dat het (helemaal) eens is met de stelling 'het herdenken van oorlogsslachtoffers moet blijven bestaan, ook wanneer de generatie die de Tweede Wereldoorlog heeft meegemaakt niet meer in leven is', gestegen van 71% naar 82%. Vorig jaar was een vergelijkbaar beeld zichtbaar. Op de stelling 'het vieren van de vrijheid moet blijven bestaan, ook wanneer de generatie die de Tweede Wereldoorlog heeft meegemaakt,

niet meer in leven is' is ook een toename zichtbaar van 72% naar 80%. Aanvullende analyses hebben uitgewezen dat hoe hoger de persoonlijke relevantie van 4 en 5 mei, hoe belangrijker men het vindt dat het herdenken van de oorlogsslachtoffers en het vieren van de vrijheid in ere wordt gehouden. Van het algemeen publiek vindt 79% het daarnaast belangrijk dat hun kinderen (later) 2 minuten stil zijn bij de Nationale (Doden)herdenking.

Het belang van 4 en 5 mei
Meer dan de helft van het algemeen publiek (58%) vindt het voor zichzelf (zeer) belangrijk dat op 4 mei de oorlogsslachtoffers worden herdacht. Dit lijkt te zijn gestegen tijdens de campagne van 52% naar 58%. Hiermee is de doelstelling van een consolidatie behaald. Voor mensen uit hun omgeving wordt het ook (zeer) belangrijk gevonden dat de oorlogsslachtoffers worden herdacht (59%). De mate waarin het algemeen publiek de viering van 5 mei voor zichzelf van belang vindt, is toegenomen van 40% naar 52%. Ook hier is de doelstelling van een consolidatie meer dan behaald. Het aantal van het algemeen publiek dat de viering van 5 mei ook voor hun omgeving belangrijk vindt, is eveneens toegenomen van 46% naar 54%. Het belang van de instandhouding van de herdenking op 4 mei en de viering op 5 mei, wordt ook onderstreept door de positieve houding van het algemeen publiek. Zo staat 83% positief tegenover het herdenken van de oorlogsslachtoffers en 76% tegenover de viering van de vrijheid.

Het belang van vrijheid
Op diverse niveaus is het belang van vrijheid getoetst. Resultaten wijzen uit dat vrijheid een belangrijk begrip is in de samenleving. Zo vindt bijna iedereen (97%) het (zeer) belangrijk dat iedereen in vrijheid kan leven en is voor 96% van het algemeen publiek vrijheid ook van persoonlijk belang. Ruim acht op de tien (83%) vindt het belangrijk om stil te staan bij vrijheid. Dat je vrijheid met elkaar maakt, daar is 86% van het algemeen publiek het mee eens. Het aantal van het algemeen publiek dat het hier helemaal mee eens is stijgt van 39% naar 50%. Meer dan de helft van het algemeen publiek (63%) is het er (helemaal) mee eens dat iedereen zelf verantwoordelijkheid draagt voor het verkrijgen en behouden van vrijheid, en dat er voldoende mogelijkheden zijn voor mensen om zich in te zetten voor wereldwijde vrijheid (55%). Vrijheid is volgens het algemeen publiek (90%) niet vanzelfsprekend.

Gedrags(intentie) 4 mei en 5 mei
Het aantal van het algemeen publiek dat best mee zou willen helpen met het organiseren van activiteiten voor 4 en 5 mei neemt toe van 14% naar 20%. Wanneer wordt gevraagd welke activiteiten men daadwerkelijk heeft verricht op 4 of 5 mei, dan blijkt dat de intentie om ergens aan deel te nemen hoger ligt dan het aantal dat daadwerkelijk op één van de dagen een activiteit heeft ondernomen. Van het algemeen publiek was 37% van plan de vlag half stok te hangen op 4 mei, waar uiteindelijk een kwart de vlag daadwerkelijk halfstok heeft gehangen. Hetzelfde beeld is zichtbaar bij het aantal van het algemeen publiek dat op 5 mei de vlag heeft uitgehangen. Waar 39% dit van plan was, heeft 27% de vlag daadwerkelijk uitgestoken. Wanneer wordt gekeken naar de deelname aan activiteiten op 4 en 5 mei, dan blijkt dat in meerdere mate aan activiteiten op 4 mei wordt deelgenomen, dan aan activiteiten op 5 mei. Bijna negen op de tien (86%) van het algemeen publiek heeft op 4 mei twee minuten stilte in acht genomen. De doelstelling van een consolidatie is hiermee behaald. Ruim de helft (54%) heeft het tv-programma op de Dam bekeken en nog eens 34% heeft een ander programma gekeken met betrekking tot 4 mei. Op 5 mei heeft slechts 8% een Bevrijdingsfestival bezocht en heeft 35% een andere activiteit ondernomen, waar 49% dit van plan was. De intentie is hiermee niet alleen lager dan het feitelijke gedrag, maar ook lager dan het feitelijke gedrag in

2010. In vergelijking met 2010 is het aantal dat aan een activiteit heeft deelgenomen op 5 mei gedaald van 48% naar 35%. Dit geldt eveneens voor het aantal dat een Bevrijdingsfestival heeft bezocht, dit is gedaald van 15% naar 8%. Wanneer wordt gekeken naar de leeftijdsverdeling van het aantal van het algemeen publiek dat een bezoek heeft gebracht aan een bevrijdingsfestival, dan blijkt dat met name de groep 26-40 jaar op 5 mei naar een festival is geweest.

Bekendheid website en slogan
Eén kwart (25%) van het algemeen publiek is bekend met de website www.4en5mei.nl. Dit is lager dan gemiddeld (benchmark 41%). De bekendheid met zowel de slogan als het logo van 4 en 5 mei is zeer goed te noemen. Dit kan het effect zijn van jarenlange inzet. Bijna iedereen (90%) is bekend met de slogan 'Vrijheid maak je met elkaar'. Gedurende de campagne is de bekendheid gestegen van 66% naar 90%. De bekendheid met het logo is toegenomen van 84% naar 91%.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Understanding visitor's motivation at sites of death and disaster: the case of former transit camp Westerbork, the Netherlands	2011	Bezoekers Kamp Westerbork	NHTV	NHTV			

Onderzoeksopzet
Dit onderzoek is een van de eerste studies die empirisch de motivaties van mensen in kaart brengt voor "donker toerisme". Dit is het bezoeken van plaatsen die te maken hebben met dood en leed. Meer specifiek worden in dit onderzoek de motivaties voor het bezoeken van Westerbork in kaart gebracht. De data voor dit onderzoek zijn verzameld tussen 16 juli en 10 september. Elke derde bezoeker van Westerbork van 18 jaar en ouder werd gevraagd aan de studie mee te werken. In totaal zijn 317 personen benaderd waarvan 266 bezoekers hebben meegewerkt. 73.1% van de bezoekers waren op vakantie in de buurt van het kamp.

Motivaties voor bezoek Westerbork
Er werden in totaal 20 mogelijke redenen voor een bezoek aan Westerbork voorgelegd aan de bezoekers en zij werden gevraagd aan te geven in hoeverre deze redenen voor hen een motivatie waren voor een bezoek aan het kamp. Deze 20 motivaties kunnen opgedeeld worden in vijf globale motivaties: "zelfinzicht", "nieuwsgierigheid", "bewustzijn", "een plaats waar je geweest moet zijn" en "exclusiviteit". De belangrijkste specifieke reden om Westerbork te bezoeken was de hoop dat een dergelijke vreselijke gebeurtenis nooit meer zal gebeuren. Bezoekers wilde met hun eigen ogen zien wat hier gebeurd was in het verleden om het verleden zo beter te kunnen begrijpen. Ook nieuwsgierigheid en meer willen weten van de Holocaust/de Tweede Wereldoorlog werd relatief belangrijk gevonden als reden voor een bezoek. Ook medeleven voor de slachtoffers werd vaak genoemd.

Wie vindt wat belangrijk?
In het onderzoek is ook gekeken in hoeverre de motivaties voor het bezoek aan Westerbork afhankelijk zijn van leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en eerder bezoek. Leeftijd bleek een belangrijke invloed te hebben. Jongere bezoekers (tot 40 jaar) noemen vaak zelfinzicht en bewustzijn als hoofdredenen voor het bezoek, terwijl bezoekers van 50 jaar en ouder enkel gedreven werden door zelfinzicht. Verder liet het onderzoek zien dat laagopgeleiden vooral getrokken werden door de "exclusiviteit", terwijl hoogopgeleiden meer voor het bewustzijn een bezoek brachten aan het kamp. Vrouwen blijken sterkere motivaties te hebben voor het bezoek dan mannen. Inkomen en eerder bezoek aan het kamp hebben geen significante invloed op de redenen waarom mensen het kamp bezoeken.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Onderzoek Start Nationale Viering	2012	Genodigden Nationale Viering van de Bevrijding	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Motivaction			

Onderzoeksopzet
Elk jaar vindt de Start Nationale Viering van de Bevrijding plaats in een andere provincie. In de aanloop naar en op 5 mei wordt in die provincie extra aandacht besteed aan vrijheid. Deze 5 mei-bijeenkomst vormt een brugmoment tussen de Nationale Herdenking van 4 mei en het feest van 5 mei. Belangrijk onderdeel van de bijeenkomst was de 5 mei-lezing. Bezoekers van deze bijeenkomst zijn functioneel genodigden (relaties van het comité), gasten uit de provincie en ambassadeurs. De bijeenkomst zelf en de communicatie rondom de 5 mei-lezing heen is erop gericht om binnen de provincie het thema bevrijding/vrijheid en wat dat betekent extra onder de aandacht te brengen. Daarmee wil het Nationaal Comité 4 en 5 mei meer gevoel creëren bij 5 mei en de 5 mei-lezing binnen Nederland beter op de kaart zetten. Uitgangspunt bij dit onderzoek was de 5 mei-bijeenkomst die in 2012 in de provincie Noord-Brabant is gehouden. Uiteindelijk hebben 140 genodigden de vragenlijst online ingevuld. Het onderzoek is uitgevoerd onder twee doelgroepen: Functioneel genodigden (n=35) en gasten uit de provincie (n=105).

De genodigden zijn zeer positief over de Start Nationale Viering van de Bevrijding en de bijeenkomst draagt bij aan een intensere beleving van 5 mei.
• De impact van de bijeenkomst op de aanwezigen is groot. Door het bijwonen van de bijeenkomst voelen zij zich meer verbonden met 5 mei. Het bijwonen van de bijeenkomst zorgt ervoor dat de datum 5 mei meer betekenis krijgt.
• De bijeenkomst wordt gezien als passend bij 5 mei en de genodigden ervaren het bijwonen ervan als een moment van bezinning. Tevens vindt men de bijeenkomst smaakvol en boeiend.
• De Start Nationale Viering van de Bevrijding wordt ervaren als een brugmoment tussen de herdenking van 4 mei en de feestelijke viering van vrijheid op 5 mei.
• De 5 mei-lezing draagt in hoge mate bij aan een intensieve beleving van de 5 meibijeenkomst. De lezing van bondspresident Joachim Gauck heeft veel indruk gemaakt. Zijn lezing is de aanwezigen het beste bijgebleven van alle onderdelen van de bijeenkomst en wordt met een 8,9 zeer hoog gewaardeerd.
• De 5 mei-bijeenkomst is logischerwijs onlosmakelijk verbonden met het thema vrijheid. Na het begrip vrijheid is het thema generaties, waar in 2012 extra aandacht aan is besteed, de aanwezigen het meest bijgebleven.
• De filmpjes die tijdens de bijeenkomst in 2012 zijn vertoond, zijn de aanwezigen duidelijk opgevallen. De helft van de aanwezigen geeft aan dat de filmpjes over vrijheid/onvrijheid wereldwijd zeer veel indruk hebben gemaakt.

De impact van de 5 mei-bijeenkomst is terug te zien in een zeer hoge waardering
• De aanwezigen waren voor de bijeenkomst nieuwsgierig en hadden hoge verwachtingen. Dit werd vooral veroorzaakt door de aangekondigde lezing van Joachim Gauck. De lezing van deze spraakmakende lezer was dan ook voor een meerderheid een reden om naar de bijeenkomst te komen.

• De aanwezigen zijn zeer tevreden over het bijwonen van de Start Nationale Viering van de Bevrijding. Gemiddeld waardeert men de bijeenkomst zeer hoog (8,3), niemand geeft een onvoldoende.
• Een grote meerderheid die de bijeenkomst in 2012 heeft bijgewoond is, indien uitgenodigd, dan ook van plan om volgend jaar weer naar de bijeenkomst te gaan. De belangrijkste reden voor genodigden om niet te gaan, is het hebben van andere verplichtingen.
• De verschillende onderdelen van de bijeenkomst scoren allemaal ruim voldoende. De 5 mei-lezing wordt met een 8,9 het hoogst gewaardeerd. Daarna is men het meest enthousiast over de organisatie (8,2), het programma (8,1) en de filmpjes over vrijheid/onvrijheid (8,1). Minder tevreden is men over de wedstrijd oorlogsmonumenten. Dit onderdeel krijgt een lager cijfer (6,8).
• De functioneel genodigden zijn over het algemeen kritischer over de bijeenkomst. Zij geven een lager algemeen rapportcijfer en ook hun cijfers voor de verschillende onderdelen zijn gemiddeld lager dan die van de overige gasten.

Een goed programma en een goede organisatie zorgen voor tevreden aanwezigen.
• Ondanks dat de lezing van Joachim Gauck zeer hoog gewaardeerd wordt, draagt deze minder bij aan de algemene tevredenheid. Oftewel: als men een hoog cijfer geeft voor de lezing, betekent dat niet dat er dan ook een hoog cijfer voor de algemene tevredenheid wordt gegeven.
• Algemene aspecten als het programma en de organisatie dragen wel sterk bij aan de algemene tevredenheid. Beiden aspecten worden zeer positief gewaardeerd. Toch zijn ook enkele kritische geluiden over beide aspecten. Een aantal aanwezigen (13%) vindt dat de bijeenkomst rommelig verliep. In de open antwoorden is te zien dat dit vooral met het chaotische vertrek uit de kerk te maken heeft. Ondanks het feit dat bijna iedereen vindt dat het programma een logisch geheel vormde, was het voor een kwart niet duidelijk dat de lunch het einde van de bijeenkomst markeerde. Verder vindt een aantal dat de bijeenkomst als geheel te lang duurde.

Bekendheid met de 5 mei-bijeenkomst is groot, maar er bestaat onduidelijkheid over de organisatoren.
• Ook voordat de genodigden waren uitgenodigd, waren de meesten al bekend met de Start National Viering van de Bevrijding.
• In de uitnodiging stond volgens de genodigden voldoende informatie om te beslissen over het wel of niet bijwonen van de bijeenkomst. Het programma in de uitnodiging was helder verwoord. Wel waren er onduidelijkheden over hoe men zich moest aanmelden. Ook was het niet voor iedereen duidelijk wie de afzender van de uitnodiging was. Een meerderheid noemt wel minimaal één van de juiste afzenders. Slechts een kwart noemt zowel de provincie Noord-Brabant als het Nationaal Comité 4 en 5 mei.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Kennisdeel	2012	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Het Nationaal Vrijheidsonderzoek wordt jaarlijks in opdracht van het Nationaal Comité 4 en 5 mei uitgevoerd om de beleving van Nederlandse burgers ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Dit vanuit de gedachte dat deze beleving in de loop der tijd kan veranderen, doordat de Tweede Wereldoorlog steeds verder achter ons ligt en jongere generaties in de samenleving geen directe ervaringen hebben met de Tweede Wereldoorlog. In het themadeel werd in 2012 de kennis onderzocht die Nederlandse burgers hebben over de Tweede Wereldoorlog in internationaal perspectief. In het onderzoek worden sommige vragen uit de kennisonderzoeken van 2006 en 2007 herhaald. Daarnaast zijn nog enkele vragen meegenomen die in andere jaren zijn gesteld. Hierdoor zijn vergelijkingen met eerdere onderzoeken mogelijk en kunnen uitspraken worden gedaan over trends in de tijd. Het onderzoek is uitgevoerd onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking naar de achtergrondkenmerken sekse, leeftijd, opleidingsniveau, regio, inkomen en etniciteit. Het onderzoek is online uitgevoerd en liep van 6 tot en met 19 februari 2011. In deze periode is een representatieve steekproef van 896 burgers van 13 jaar en ouder ondervraagd. Voor deelname aan het onderzoek zijn in totaal 1.350 respondenten benaderd. De respons lag op 66%.

Men denkt veel van de oorlog te weten
Het Nederlands publiek is de eigen kennis over de Tweede Wereldoorlog de afgelopen jaren lager gaan inschatten. Dit geldt vooral voor de groep tussen de 25 en 50 jaar. Toch denkt men relatief veel van de oorlog te weten in vergelijking met andere onderwerpen. Het leven van gewone mensen tijdens de oorlog is het onderwerp waarover mensen volgens zichzelf de meeste kennis hebben.

Kennis 65-plussers hoger
65-plussers schatten hun kennis hoger in dan naoorlogse generaties. Een terechte inschatting, want op vrijwel alle kennisvragen weten 65-plussers vaker het goede antwoord dan mensen jonger dan 65 jaar. Jongeren geven aan minder kennis te hebben, ook dat blijkt terecht.

Vervolging Joden bij merendeel bekend
Net als in eerder onderzoek weten bijna alle Nederlanders dat Joden tijdens de oorlog door de nazi's werden vervolgd. De kennis over andere vervolgde groepen, zoals Roma en Sinti, homoseksuelen en geestelijk gehandicapten is de afgelopen drie jaar licht afgenomen.

Begin en einde oorlog alom bekend
Het merendeel van de Nederlanders weet net als in voorgaande jaren dat de oorlog in Nederland in 1940 uitbrak en dat de oorlog in 1945 was afgelopen.

Beter beeld van de oorlog in Europa
Men heeft een beter beeld van de *oorzaken* van de Tweede Wereldoorlog in Europa dan van de Tweede Wereldoorlog in Azië. Zo wordt Duitsland's streven naar *Lebensraum* terecht door

driekwart gezien als oorzaak van de oorlog. Toch zijn er ook kennislacunes: zo ziet een meerderheid de Jodenvervolging ten onrechte als een van de oorzaken van de oorlog in Europa.

Minder kennis over de oorlog in Azië
Een derde weet dat de oorlog in Azië begon omdat Japan andere landen wilde bezetten vanwege hun grondstoffen. Dat Japan Europees kolonialisme wilde tegengaan en de Europeanen uit Azië wilde verjagen is bij ruim een kwart van de bevolking bekend.

Daling kennisniveau ten opzichte van 2007
In het onderzoek van 2007 zijn dezelfde vragen gesteld over de oorzaken van de oorlog in Azië en Europa. In vergelijking met vijf jaar geleden is de kennis over de oorzaken van de oorlog in Europa en Azië gedaald. Overigens gaan veel vragen over het militaire verloop van de oorlog, een onderwerp waarvan slechts 14% aangeeft er de meeste kennis over te hebben.

Onderschatting omvang van de oorlog
Net als voorgaande jaren blijken er ten aanzien van sommige onderwerpen flinke kennislacunes te bestaan. Zo wordt de omvang van de Tweede Wereldoorlog behoorlijk onderschat: slechts 2% van de burgers weet dat bijna alle landen ter wereld bij de oorlog betrokken waren.

Neutraliteit van Zwitserland bekend
Men weet van veel landen hoe zij bij de oorlog betrokken zijn geraakt en tot welke partij zij behoorde. Vooral de Duitse aanval op Polen en de vrijwillige aansluiting van Oostenrijk bij Duitsland zijn bekend. Van Canada is algemeen bekend dat zij tot de geallieerden behoorde en ook de neutraliteit van Zwitserland is alom bekend.

Onderschatting kennis over Nederlands-Indië
Het kennisniveau over de oorlog in Nederlands-Indië is hoger dan men zelf inschat. Slechts 2% gaf aan veel kennis van dit onderwerp te hebben. Toch weet tweederde van de ondervraagden dat Nederlands-Indië door Japan werd aangevallen en weet iets meer dan de helft dat Nederlands-Indië daarna door Japan werd bezet. Dat Nederlanders tijdens de oorlog door het Japanse leger gevangen werden genomen en te maken hadden met dwangarbeid is algemeen bekend.

Kennis over Suriname minder groot
De kennis over een andere Nederlandse kolonie tijdens de oorlog - Suriname - is minder groot. Toch is nog bij zeven op de tien bekend dat Suriname grondstoffen leverde aan de geallieerden. Dat in Suriname woonachtige Duitsers geïnterneerd werden, is bij iets minder dan de helft bekend.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek Draagvlakdeel	2012	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Sinds 2001 wordt het Nationaal Vrijheidsonderzoek uitgevoerd. Dit onderzoek is opgezet om de beleving van Nederlandse burgers ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Dit vanuit de gedachte dat deze beleving in de loop der tijd kan veranderen, doordat de Tweede Wereldoorlog steeds verder achter ons ligt en jongere generaties in de samenleving geen directe betrokkenheid hebben met de Tweede Wereldoorlog. Willen 4 en 5 mei een duidelijke plaats behouden in onze samenleving, dan moeten de Nationale Herdenking op 4 mei en de viering van 5 mei blijven aansluiten bij de beleving van de burgers. In dit onderzoek wordt ingegaan op het draagvlak voor de jaarlijkse Nationale Herdenking op 4 mei en de viering van 5 mei. Het draagvlakonderzoek is online uitgevoerd en liep van 6 tot en met 19 februari 2012. In deze periode is een representatieve steekproef van 896 burgers van 13 jaar en ouder ondervraagd. Voor deelname aan het onderzoek zijn in totaal 1.350 respondenten benaderd. De respons lag op 66%.

Veel zorgen over oorlog en terrorisme
Het thema ‘oorlog’ speelt een centrale rol bij de herdenking en viering. Om die reden wordt in het Nationaal Vrijheidsonderzoek nagegaan welke plaats oorlog in de beleving van het Nederlands publiek inneemt. Net als in eerdere jaren, behoort oorlog samen met terrorisme in 2012 tot die internationale vraagstukken waarover burgers zich de meeste zorgen maken. Tegelijkertijd neemt de internationale oriëntatie van burgers in de laatste jaren af en is men meer nationaal georiënteerd.

‘Oorlog’ roept beelden op van vroeger en nu
Bij ‘oorlog’ denkt men niet alleen aan de Tweede Wereldoorlog, maar ook aan meer recente conflicten in het Midden Oosten, zoals Irak, de Arabische Lente, de Golfoorlog, Iran en het conflict in Israël. Toch blijft de Tweede Wereldoorlog dominant, zowel in de associaties als in de eigen ervaringen van mensen: als men mensen kent die oorlog hebben meegemaakt, gaat het meestal om de Tweede Wereldoorlog.

Groot en stabiel draagvlak voor 4 en 5 mei
Het Nationaal Vrijheidsonderzoek wordt sinds 2001 uitgevoerd. In deze periode is het belang dat aan 4 en 5 mei wordt gehecht groot en stabiel. Ouderen hechten meer belang aan beide dagen dan jongeren.

Minder koppeling met Tweede Wereldoorlog
In de laatste jaren is er een belangrijke verschuiving in wie men op 4 mei herdenkt en wat men op 5 mei viert. Steeds minder mensen denken op 4 mei specifiek aan de Tweede Wereldoorlog. Men denkt steeds vaker aan slachtoffers van alle oorlogen. Voor 5 mei geldt dat men vaker viert dat we in vrijheid leven dan het einde van de Tweede Wereldoorlog. Deze trends doen zich in alle leeftijdsgroepen voor. De koppeling van de herdenking en viering met de Tweede Wereldoorlog wordt minder vanzelfsprekend. Tegelijkertijd wordt de relevantie van 4 en 5 mei minder afhankelijk van deze oorlog: zo vinden steeds minder mensen dat de

betekenis van de dodenherdenking afneemt naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter ons ligt.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2012	Nederlanders	Ministerie van Algemene Zaken en het Nationaal Comité 4 en 5 mei.	Dienst Publiek en Communicatie in samenwerking met TNS NIPO			

Onderzoeksopzet
Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van het campagne-effectonderzoek voor Postbus 51 campagnes. Het bereik, de waardering en de boodschapoverdracht (als voorwaarden voor het realiseren van campagne-effecten) worden gemeten tijdens de looptijd van de campagne. De campagne-effecten worden gemeten door vergelijking van de situatie voorafgaand aan de campagne met de situatie na afloop van de campagne. Het campagne-effectonderzoek kent een duale opzet en bestaat met ingang van 2012 uit een trackingdeel en een paneldeel. In het trackingdeel wordt de voormeting vergeleken met een nameting bij een onafhankelijke ('verse') steekproef. Bij het paneldeel wordt de nameting uitgevoerd onder dezelfde respondenten als bij de voormeting.

Behaalde effecten
Kennis
De kennis over het plaatsvinden van de dodenherdenking op 4 mei en de viering van de bevrijding op 5 mei is na de campagne gestegen. Hiermee zijn de primaire kennisdoelstellingen behaald. Met name onder de jongeren zien we een sterke stijging, van 83% voorafgaand aan de campagne, naar 97% na de campagneperiode.

Houding
De belangrijkste secundaire houdingdoelstellingen is dat men het eens is met de stelling dat herdenken en vieren moeten blijven bestaan, ook wanneer de generatie die de oorlog heeft meegemaakt niet meer in leven is. Driekwart van de volwassenen en jongeren is het hier mee eens, daarmee is de doelstelling behaald. Andere secundaire houdingdoelstellingen zijn dat volwassenen het herdenken en vieren op 4 en 5 mei belangrijk vinden. Dit blijkt uit verschillende resultaten van het onderzoek. Zo staan bijvoorbeeld zeven op de tien van de volwassenen positief tegenover het herdenken en vieren op 4 en 5 mei. Onder jongeren is dit ongeveer twee derde. Ook is de interesse voor het herdenken op 4 mei groot: 60% is hier in het algemeen in geïnteresseerd en circa 40% vindt dit van persoonlijk belang. De interesse voor het vieren van de vrijheid op 5 mei ligt iets lager (circa 50%). Dit geldt ook voor het persoonlijk belang van 5 mei. Onder jongeren is er minder interesse voor het herdenken op 4 mei en het vieren op 5 mei dan onder volwassenen. Betrokkenheid van de overheid wordt belangrijk geacht: een ruime meerderheid vindt het belangrijk dat de overheid zich inzet voor het herdenken op 4 mei (circa 75%) en het vieren op 5 mei (circa 65%). Meer dan 80% van de volwassenen vindt dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, dat je vrijheid door moet geven en dat je vrijheid met elkaar maakt. Meer dan 90% vindt het belangrijk om in een samenleving met vrijheid te leven. Respect voor de medemens en verdraagzaamheid zijn de belangrijkste voorwaarden om tot een vrije samenleving, of wereldwijde vrijheid te komen. Als het gaat om vrijheid in Nederland, vindt een ruime meerderheid dat alle Nederlanders hier in gelijke mate verantwoordelijk voor zijn.

Gedrag
De (secundaire) gedragsdoelstellingen zijn dat volwassenen op 4 mei deel nemen aan de twee minuten stilte en dat men actief deelneemt aan de festiviteiten op 5 mei. 86% van de volwassenen heeft op 4 mei twee minuten stilte gehouden, van de jongeren deed 83% dit. Vorig jaar heeft ook 86% op 4 mei twee minuten stilte gehouden, hiermee is de gedragsdoelstelling geconsolideerd. Ongeveer de helft van de volwassenen heeft de dodenherdenking gevolgd via televisie. Ruim een kwart hangt de vlag uit op 4 mei. Op 5 mei heeft 8% van de volwassenen een bevrijdingsfestival bezocht, van de jongeren heeft 18% dit gedaan. Vorig jaar bezocht ook 8% een bevrijdingsfestival, de doelstelling van een consolidatie is dus behaald. Andere activiteiten die men heeft gedaan op 5 mei zijn tv kijken of een speelfilm over bevrijding of de vrijheid kijken. Veel mensen (60%-70%) ondernemen echter niets op Bevrijdingsdag, hier is ruimte voor verbetering. Ook is slechts een enkeling (circa 1%) bereid om mee te helpen met de organisatie van 4 en 5 mei.

Gespreksonderwerp
In de periode voorafgaand aan 4 en 5 mei wordt door ruim een kwart van de volwassenen en jongeren een of meerdere keren hierover gesproken. Dit aandeel stijgt na afloop van 4 en 5 mei naar meer dan 50%. Dergelijke gesprekken gingen het vaakst over de oorlog, de Joden en de noodzaak van het blijven herdenken en vieren op 4 en 5 mei. In de helft van de gevallen was de toon van dergelijke gesprekken positief, in vier van de tien gevallen neutraal.

Thema
Het in stand houden van het herdenken en vieren op 4 en 5 mei is volgens 70% de verantwoordelijkheid van zowel de burgers als de overheid. Slechts weinigen vinden dat deze verantwoordelijkheid alleen bij burgers of alleen bij de overheid ligt. Met de *slogan* ‘Vrijheid, daar maak je je toch sterk voor’ wilt de overheid enerzijds duidelijk maken dat zij 4 en 5 mei een belangrijk onderwerp vinden en anderzijds dat burgers zelf een bijdrage kunnen leveren aan 4 en 5 mei. Voor circa drie kwart van de Nederlanders is dit op deze manier over gekomen. Deze slogan wordt het meest als duidelijk en geloofwaardig beoordeeld, en minder als vanzelfsprekend en opvallend. De bekendheid van de slogan stijgt van 49% (misschien of zeker gehoord) naar 70% in de nameting.

Trends
Sinds 2003 wordt via een voor- en nameting het effect van de campagne 4 en 5 mei vastgesteld. Welke trends worden geconstateerd?

- Net als in de voorgaande jaren zien we tijdens de campagneperiode een stijging in de spontane bekendheid met 4 en 5 mei. De spontane bekendheid van deze dagen is na de campagne stabiel rond de 95%.
- De maatschappelijke relevantie van 4 en 5 mei is al enkele jaren stabiel rond 78%. De persoonlijke relevantie van 4 mei is terug op het niveau van 2008 (circa 45%). Dit geldt ook voor de maatschappelijke (65%) en persoonlijke relevantie (39%) van 5 mei.
- Het bewustzijn dat op 4 mei oorlogsslachtoffers worden herdacht is gestegen van 87% (2011) naar 92% (2012).
- Na het tonen van het logo ‘4 en 5 mei’ geeft vrijwel iedereen van het algemeen publiek (95%) aan het logo misschien tot zeker te hebben gezien. Dit is een stijging ten opzichte van 2011 (91%).

Communicatieve werking

Bereik

Het totale campagnebereik ligt op 76% onder volwassenen en 80% onder jongeren. De tv-spot is door circa twee derde gezien, de radiospot door circa de helft gehoord. De banners en advertenties zijn door circa een kwart gezien, jongeren hebben deze iets vaker gezien. Ongeveer vier op de tien Nederlanders geven aan dat ze zich een campagne over 4 en 5 mei hebben herinnerd. Als we een omschrijving van de reclame voorleggen stijgt de bekendheid naar circa 50%. Ongeveer een vijfde kan zich iets herinneren van verschillende schilderijen die uiteindelijk een fakkel vormen.

Waardering

De gehele campagne wordt gewaardeerd met een 7,3 door het algemeen publiek, en een 7,4 door de jongeren. Ten opzichte van de benchmark voor campagnewaardering scoort deze campagne hoog onder verschillende subgroepen. Alle losse campagne onderdelen (tv-spot, radio-spot, banners, etc..) worden minimaal met een 7,2 beoordeeld en scoren allemaal hoger dan de benchmark. We zien hier weinig verschillen tussen volwassenen en jongeren. De campagne scoort het hoogst op de aspecten ‘duidelijk’, ‘geloofwaardig’ en ‘niet irritant’. Het laagst scoort de campagne op ‘opvallend’ en ‘geeft nieuwe informatie’.

Boodschap

De belangrijkste spontane boodschap van de campagne is volgens Nederlanders dat het belangrijk is om te blijven herdenken en vieren op 4 en 5 mei. Het beste is het gelukt om met de campagne duidelijk te maken dat op 4 mei de dodenherdenking plaatsvindt, en dat we op 5 mei vieren dat we in vrijheid leven. Ook vindt een ruime meerderheid dat het gelukt is om duidelijk te maken dat vrijheid niet vanzelfsprekend is en dat mensen zich sterk moeten maken voor vrijheid.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Onderzoek Bevrijdingsfestivals	2012	Bezoekers + niet-bezoekers Bevrijdingsfestivals	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Op 5 mei worden elk jaar in alle twaalf provincies en de steden Amsterdam en Den Haag bevrijdingsfestivals georganiseerd. Om inzicht te krijgen in de beleving en de waardering van deze festivals laat het Nationaal Comité 4 en 5 mei periodiek onderzoek uitvoeren onder bezoekers van deze festivals. In mei 2012 is opnieuw een publieksonderzoek uitgevoerd. Deze meting is een vervolg op de metingen van 2008 en 2004. Met de resultaten van het onderzoek wil het Nationaal Comité 4 en 5 mei haar beleid kunnen aanscherpen. Het onderzoek is uitgevoerd in de periode van 10 tot en met 25 mei 2012 en bestond uit twee fasen: 1) *Screeningsfase*: om mensen te selecteren die een bevrijdingsfestival hebben bezocht, is eerst een screening uitgevoerd onder 30.000 panelleden van 13 jaar en ouder binnen TNS NIPObase. Aan deze panelleden is de vraag gesteld of zij of iemand anders binnen hun huishouden op 5 mei een bevrijdingsfestival hebben bezocht en zo ja, waar. In totaal bleken 3.165 mensen één van de veertien festivals te hebben bezocht. Per festival zijn vervolgens at random 150 bezoekers benaderd van 13 jaar en ouder (bruto steekproef n=2.100). 2) *Hoofdonderzoek*: de 2.100 panelleden kregen een online vragenlijst toegestuurd van circa 12 minuten lengte. In totaal hebben 1.682 festivalbezoekers deelgenomen aan het onderzoek (80% respons). Om inzicht te krijgen in de motieven van mensen die geen bevrijdingsfestival bezochten, zijn uit de steekproef van 30.000 panelleden ook 800 niet-bezoekers benaderd. De niet-bezoekers kregen een vragenlijst voorgelegd van circa 2 minuten. In totaal hebben 658 niet-bezoekers de vragenlijst ingevuld (respons 82%).

Minder publiek in 2012
Er kwam minder publiek op de festivals af dan in voorgaande jaren. Het koude en natte weer in 2012 is hier waarschijnlijk van invloed geweest, want 5 mei 2012 was de koudste 5 mei in dertig jaar in Nederland. Overigens liepen niet op alle festivals de bezoekersaantallen terug: in Groningen, Flevoland, Den Haag, Zeeland en Drenthe was het drukker dan het voorgaande jaar.

Bezoekers zijn jong en hoog opgeleid
Net als in andere jaren blijkt het publiek overwegend jong: vier op de tien festivalbezoekers zijn tieners en twintigers, ter vergelijking: op de landelijke bevolking is 24% tiener of twintiger. Het gemiddelde opleidingsniveau van de bezoekers is net als in andere jaren hoog: 37% heeft een HBO- of universitaire studie, op de landelijke bevolking is dat circa 20%.

Trouw publiek, afname familiebezoek
Voor vier op de tien bezoekers was het hun eerste festivalbezoek op de betreffende plaats. De meerderheid (60%) is al vaker op het betreffende festival geweest. Een groot gedeelte van het publiek is trouw: 64% heeft het voornemen om in 2020 nog steeds bezoeker te zijn. Van de bezoekers die dit jaar voor het eerst kwamen, geeft 51% aan in 2020 nog steeds bezoeker te willen zijn. De helft bezoekt de festivals, net als in voorgaande jaren, met vrienden. Het familiebezoek is afgenomen ten opzichte van vier jaar geleden. Als men met familie komt, is dat vooral met de kinderen.

Stijgend gebruik openbaar vervoer
Het percentage festivalgangers dat met het openbaar vervoer naar de festivals gaat is met 9 procentpunten toegenomen tot 32% in 2012. Net als in 2008 bezoekt men de festivals het vaakst met de auto. Er zijn grote verschillen per festivalplaats: zo is het gebruik van het openbaar vervoer in de Randstad veel hoger dan in de rest van het land. De gemiddelde duur van een festivalbezoek is met 3,9 uur de afgelopen jaren ongeveer hetzelfde gebleven.

Men komt voor gezelligheid en muziek
Ondanks het feit dat voor 80% van de bezoekers de bevrijdingsfestivals onlosmakelijk verbonden zijn met Bevrijdingsdag, zijn gezelligheid (61%) en muziek (53%) de meest genoemde redenen om naar een festival te gaan. Deze redenen worden vooral door tieners en twintigers genoemd. Vijftigplussers komen vaker omdat het Bevrijdingsdag is. Er zijn hierbij weinig verschillen tussen de festivals, op één na: bijna de helft bezoekt het festival in Gelderland omdat het een traditie is. Niet-bezoekers noemen het hebben van 'andere bezigheden' (50%) het vaakst als reden om niet te gaan. Ouderen hebben relatief vaak het idee dat het niet voor hen bedoeld is.

Vrijheid is het belangrijkste thema
Festivalgangers vieren vooral het feit dat we nu in vrijheid leven (75%). Vrijheid en vrijheid van meningsuiting zijn dan ook onderwerpen die het sterkst met 5 mei worden geassocieerd en volgens de bezoekers dan ook de meeste aandacht moeten krijgen op de festivals. Dit geldt voor alle leeftijdsgroepen. Er is overigens wel een verschil in leeftijd: vijftigplussers vinden ook andere onderwerpen, zoals mensenrechten en democratie, belangrijk. Er zijn door de jaren heen weinig verschuivingen te zien in de oriëntatie van de festivalbezoekers. In vergelijking met 2008 worden de onderwerpen discriminatie en tolerantie en de grondwet in Nederland significant minder belangrijk gevonden.

Hoge Net Promotor Score festivals
41% van het festivalpubliek bestaat uit zogenaamde 'promotors', dit zijn trouwe bezoekers die voor goede mond-tot-mond reclame zorgen en actief aan allerlei activiteiten deelnemen. Hoewel promotors onder alle leeftijdsgroepen voorkomen, zijn het relatief vaak tieners en twintigers, zijn ze vaker vrouw dan man en komen ze vaak uit de festivalsteden zelf. Kenmerkend voor de oudere promotors (dertigplus) is dat ze relatief vaak met hun familie naar het festival komen. De hoge mate van bezoekersloyaliteit blijkt ook uit het feit dat 64% van de bezoekers in 2020 nog steeds denkt een bezoeker te zijn.

Festivalwebsites zijn een belangrijke informatiebron
Festivalwebsites zijn de afgelopen jaren veel belangrijker geworden als informatiebron. Vooral tieners, twintigers en dertigers halen hun informatie van de festivalwebsites. Voor veertigers en vijftigplussers blijven de huis-aan-huisbladen en regionale kranten belangrijke informatiebronnen. Facebook blijkt een uitstekend sociaal medium om jonge festivalbezoekers en 'promotors' te bereiken. Andere sociale netwerksites, zoals Hyves, worden zeer weinig als informatiebron genoemd.

Matige beoordeling catering
Hoewel de festivals op punten als sfeer, muziek en activiteiten goed worden beoordeeld, zijn bezoekers over het algemeen ontevreden over de prijzen van de catering. Men is matig tevreden over de kwaliteit van de catering en over de sanitaire voorzieningen. Deze drie

punten kunnen worden aangemerkt als aandachtspunten. De informatievoorziening op en rond de festivals wordt als (zeer) duidelijk beoordeeld.

Drie op de tien zagen de Ambassadeurs van de Vrijheid
38% van het publiek heeft iets gezien of heeft zelf meegedaan aan een of meer activiteiten op de festivals. Over het algemeen werd dit goed beoordeeld: 61% vond het (erg) leuk. 29% zag een optreden van één van de Ambassadeurs van de Vrijheid. Dat is een toename van 7 procentpunten ten opzichte van 2008. In de helft van de gevallen was dit een optreden van Nick en Simon. Het vuur van de vrijheid is door iets minder dan de helft van de bezoekers gezien.

Fakkellogo en merchandise
De herkenbaarheid van het fakkellogo is zeer groot. De animo voor ‘fakkel-merchandise’ is redelijk groot, maar hangt af van het type merchandise: zo scoren de polsbandjes redelijk goed, maar ziet men niets in fakkels als nep-tattoos. De animo om voor een kaartje te betalen is klein: 58% geeft aan niet voor een kaartje te willen betalen.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek: Gemeenteonderzoek	2013	Burgers, gemeenten en organisatoren	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
In veel Nederlandse gemeenten vinden op 4 en 5 mei activiteiten plaats in het kader van de Nationale Dodenherdenking en de Nationale Viering van de Bevrijding. Eens in de vijf jaar inventariseert het Nationaal Comité 4 en 5 mei de actuele stand van zaken rond de activiteiten die samenhangen met de viering van de bevrijding of het herdenken van oorlogsslachtoffers. Enerzijds gaat het hierbij om de organisatie van de herdenkingen en de vieringen. Anderzijds gaat het om de publieke deelname aan de activiteiten, de kennis over deze activiteiten en de waardering ervan. Op basis van dit onderzoek wil het comité een beeld krijgen van de huidige praktijk rond herdenken en vieren en daarmee inzicht krijgen in de kansen en mogelijkheden voor de herdenkingen en vieringen in de toekomst. In het kader van dit onderzoek zijn twee enquêtes uitgevoerd. De beleving van de lokale herdenking en viering door burgers is in kaart gebracht met een online enquête onder 925 burgers van 13 jaar en ouder. Het veldwerk voor deze enquête is uitgevoerd in de periode van 1 tot en met 12 februari 2013, tegelijk met het veldwerk van het draagvlakonderzoek binnen het Nationaal Vrijheidsonderzoek 2013. Het perspectief van de gemeenten en organisatoren is gebaseerd op een enquête onder 250 gemeenten en 238 organisatoren. In eerste instantie is het veldwerk online uitgevoerd (van 28 november tot en met 21 december 2012). Onder organisatoren van herdenkingen en vieringen is vanwege een gebrek aan respons later nog een schriftelijke variant van de vragenlijst verspreid (van 4 tot en met 20 februari 2013). In verband met een mogelijk foutieve interpretatie van een vraag over de groepen slachtoffers die op 4 mei worden herdacht, is van 15 juli tot en met 9 augustus 2013 een aanvullend telefonisch onderzoek gehouden.

Herdenken
In vrijwel alle Nederlandse gemeenten vindt jaarlijks een dodenherdenking plaats. In verreweg de meeste gemeenten is dit op 4 mei om 20.00 uur. In circa een kwart van de gemeenten vindt op een ander tijdstip op 4 mei een herdenking plaats. Dit kan in plaats van de herdenking om 20.00 uur zijn, maar ook een aparte herdenking zijn. Drie van de vier Nederlanders weten dat in de eigen gemeente een dodenherdenking plaatsvindt.

Vieren
In zeven op de tien Nederlandse gemeenten wordt de bevrijding gevierd. In kleine gemeenten wordt de bevrijding minder vaak gevierd. De frequentie van de viering loopt sterk uiteen. In ongeveer de helft van de gemeenten is ieder jaar een viering van de bevrijding. In 2008 was dat nog in een derde van de gemeenten. Als gemeenten de bevrijding vieren, is dat in acht van de tien gevallen op 5 mei. De viering is alom bekend: drie op de vier Nederlanders weten dat in de eigen gemeente een viering van de bevrijding plaatsvindt.

Wie is hoofdorganisator?
In ruim vier op de tien Nederlandse gemeenten is de gemeente de hoofdorganisator van de 4 mei herdenking. De viering van de bevrijding wordt relatief vaak georganiseerd door een Oranjevereniging of door andere lokale organisaties. Hierbij zijn geen verschillen tussen grote en kleine gemeenten.

Samenwerkingspartners
Bij de organisatie van de herdenking en viering wordt met veel verschillende organisaties samengewerkt. Bij de herdenking spelen naast de gemeente en de 4 en 5 mei comités, vaak de scouting, veteranen, scholen en kerkelijke organisaties een rol. Bij de viering zijn het met name scholen en Oranjeverenigingen die een belangrijke rol bij de organisatie vervullen.

Vooral betrokkenheid bij de herdenking
Er is een grote betrokkenheid van Nederlandse gemeenten bij de dodenherdenking. Gemeentefunctionarissen leggen vaak kransen, zijn aanwezig of verzorgen toespraken. Ook verzorgt de gemeente vaak de communicatie en draagt men zorg voor de veiligheid. De gemeenten zijn minder betrokken bij de viering van de bevrijding, met name in kleinere gemeenten. Grote gemeenten geven relatief vaak subsidie, verzorgen vaker toespraken en zijn vaker betrokken bij het inhoudelijke programma.

Meerdere locaties
In ruim zes op de tien gemeenten vinden herdenkingen op meerdere locaties plaats. De burgemeester bezoekt dan één locatie, terwijl andere locaties door andere leden van het college van B&W worden bezocht. In kleine gemeenten vindt de herdenking vaker op één locatie plaats dan in middelgrote- en grote gemeenten. Vooral in middelgrote gemeenten vindt de herdenking vaak op meerdere locaties plaats.

Wat is vastgelegd?
In bijna tweederde van de gemeenten is iets vastgelegd over de herdenking en viering. Meestal is de herdenking in de begroting vastgelegd, met name in grotere gemeenten. In sommige gevallen zijn zaken in een raadsbesluit vastgelegd en in een aantal gevallen zijn afspraken gemaakt tussen de organiserende comités en de gemeenten. Over het beheer van oorlogsmonumenten hebben vier op de tien Nederlandse gemeenten iets in de gemeentebegroting vastgelegd.

Wel belangrijk, maar weinig deelname
Nederlanders vinden het in ruime meerderheid belangrijk dat een dodenherdenking in hun gemeente plaatsvindt, maar dit betekent niet dat ze ook naar de herdenking toegaan. 65-plussers bezoeken relatief vaak een herdenking, jongeren minder vaak. Nederlanders geven dit jaar vaker dan in 2008 aan nooit naar een herdenking te gaan. Volgens veel organisatoren is er echter juist sprake van een toename van de belangstelling voor de herdenkingen. Men schrijft dit vooral toe aan de samenwerking met scholen, media-aandacht en aan de samenstelling van het programma.

Lokale slachtoffers
Groepen die vaak deelnemen aan de herdenking zijn overlevenden en nabestaanden, ouderen, leden van de gemeenteraad, scholen en maatschappelijke organisaties. Tijdens herdenkingen staan vaak de gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog in de eigen gemeente centraal. Ruim de helft van de bewoners weet echter niet goed wat zich tijdens de Tweede Wereldoorlog in de eigen gemeente heeft afgespeeld.

Relatief veel deelname door jongeren
Net als bij de herdenking, zien we ook bij de viering dat Nederlanders het belangrijk vinden dat die lokaal plaatsvindt. De deelname aan deze viering is groter dan aan de herdenking, vooral jongeren nemen relatief vaak deel. Het vieren van de vrijheid en de saamhorigheid zijn

belangrijke redenen om naar de viering toe te gaan.

Belangstelling ongewijzigd
In tegenstelling tot de herdenking rapporteren de organisatoren geen duidelijke toename van de belangstelling voor de viering. Groepen die vaak deelnemen aan de viering zijn scholen, leden van de gemeenteraad en ouderen.

Huis-aan-huisbladen meest effectief
De lokale herdenking en viering wordt het meest onder de aandacht gebracht via (gratis) huis-aan-huisbladen. Dit heeft volgens de organisatoren het grootste effect op de opkomst. Burgers merken de inzet van (gratis) huis-aan-huisbladen ook vaak op, maar noemen bijna net zo vaak ook de inzet van regionale radio en televisie.

School en Oranjevereniging vaak in lokale organisatie
Besturen van lokale organisatoren bestaan meestal uit 4 tot 7 personen, dit zijn vaak personen boven 45 jaar. De Oranjevereniging en het onderwijs zijn het meest in het bestuur vertegenwoordigd. De helft van de organisatoren ervaren problemen bij de organisatie, met name rond de financiering en het vinden van nieuwe bestuursleden.

Tevreden over Nationaal Comité
Een meerderheid van de organisatoren maakt bij de organisatie van een viering of herdenking gebruik van ondersteuning vanuit het Nationaal Comité 4 en 5 mei, vooral voor informatievoorziening en aanschaf van materialen. De meeste organisatoren zijn tevreden over de dienstverlening. Meer en tijdige informatie of tips is het meest genoemde verbeterpunt.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2013	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Sinds 2001 wordt het Nationaal Vrijheidsonderzoek door Veldkamp uitgevoerd. Dit onderzoek is opgezet om de beleving van Nederlanders ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Dit vanuit de gedachte dat deze beleving in de loop der tijd kan veranderen, doordat de Tweede Wereldoorlog steeds verder achter ons ligt en jongere generaties in de samenleving geen eigen herinneringen hebben aan de Tweede Wereldoorlog. De beleving van de lokale herdenking en viering door burgers is in kaart gebracht met een online enquête onder 925 burgers van 13 jaar en ouder. Het veldwerk voor deze enquête is uitgevoerd van in de periode van 1 tot en met 12 februari 2013. Er is gebruik gemaakt van de steekproefbron TNS NIPObase. De respondenten in dit panel zijn geworven door Veldkamp en TNS NIPO, dus niet via zelfaanmelding. Voor deelname aan het onderzoek zijn in totaal 1.350 respondenten benaderd. De respons lag op 69%. De steekproef is gestratificeerd getrokken, zodat ongeveer even veel waarnemingen zijn gedaan per leeftijdscategorie. Op die manier kunnen per leeftijdsgroep uitspraken worden gedaan. Om ook over de bevolking als geheel uitspraken te kunnen doen, is een herweging uitgevoerd op de kenmerken sekse, leeftijd, opleiding, grootte huishouden en regio.

Toenemende zorgen over de economische crisis
In het Nationaal Vrijheidsonderzoek is nagegaan welke plaats oorlog in de beleving van het Nederlands publiek inneemt. Ten opzichte van voorgaande jaren zijn Nederlanders zich in internationaal opzicht minder vaak zorgen gaan maken over oorlog en terrorisme en juist vaker over de economische crisis. In het algemeen zijn Nederlanders zich de laatste jaren minder zorgen gaan maken om internationale vraagstukken. Deze trend, waarin de internationale oriëntatie van Nederlanders afneemt en men zich meer nationaal oriënteert, blijkt ook uit ander door Veldkamp uitgevoerd onderzoek.

De associatie met 'oorlog' wordt beïnvloed door actuele oorlogen en conflicten
Bij 'oorlog' denkt een derde van de Nederlanders aan de Tweede Wereldoorlog. Men denkt daarnaast vaak aan actuele conflicten in - vooral - het Midden Oosten. Zo associeert een kwart de term 'oorlog' met de burgeroorlog in Syrië. Toch blijft de associatie met de Tweede Wereldoorlog door de jaren heen dominant. Dit geldt ook voor de eigen ervaringen: driekwart kent mensen die oorlog hebben meegemaakt of heeft zelf een oorlog meegemaakt, meestal gaat het hierbij om de Tweede Wereldoorlog.

Groot en stabiel draagvlak voor 4 en 5 mei
Het Nationaal Vrijheidsonderzoek wordt sinds 2001 uitgevoerd. Het belang dat aan 4 en 5 mei wordt gehecht is door de jaren heen groot en stabiel. Ouderen hechten meer belang aan beide dagen dan jongeren. Dit jaar is het aantal Nederlanders dat de herdenking 'heel belangrijk' vindt, afgenomen. Bij 5 mei is die ontwikkeling al sinds 2010 zichtbaar.

Men herdenkt alle slachtoffers van alle oorlogen
De laatste jaren is een verschuiving te zien in wie men op 4 mei herdenkt en wat men op 5 mei viert. Steeds meer mensen denken op 4 mei aan alle slachtoffers uit de hele wereld van

alle oorlogen en steeds minder mensen denken specifiek aan slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog. Ook voor 5 mei geldt dat de viering ervan de laatste jaren anders wordt beleefd. Zo beschouwen steeds meer mensen 5 mei als een dag waarop ze erbij stilstaan dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, terwijl men in het verleden nog vaker het einde van de Tweede Wereldoorlog of de bevrijding van het Koninkrijk vierde.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Herdenken Duitsers	2013	Nederlanders	EenVandaag	EenVandaag Opiniepanel			

Onderzoeksopzet
Het EenVandaag Opiniepanel bestaat uit ruim 45.000 mensen. Zij beantwoorden vragenlijsten op basis van een online onderzoek. Panelleden krijgen ongeveer één keer per week een uitnodiging om aan een peiling mee te doen. Op de meeste onderzoeken respondeert 60 tot 70 procent van de panelleden. De uitslag van de regionale peilingen zijn gecorrigeerd naar samenstelling van de provinciale bevolking en representatief voor vijf variabelen, namelijk leeftijd, geslacht, opleiding, burgerlijke staat, en politieke voorkeur gemeten naar de Tweede Kamerverkiezingen van 2012. Het onderzoek vond plaats op 1 en 2 mei 2013.

Steun voor herdenken van omgekomen Duitse soldaten
In bijna alle provincies vindt een meerderheid dat op 4 mei in Nederlandse gemeenten ook stilgestaan mag worden bij omgekomen Duitse soldaten. Alleen in Flevoland en Utrecht is er geen meerderheid voor de herdenking van Duitsers te vinden. Daar vindt respectievelijk 49 en 47 procent dat er mag worden stilgestaan bij omgekomen Duitse soldaten. Limburgers staan het meest positief tegenover de herdenking van Duitsers: 62 procent vindt dat dat mag. In Limburg liggen bijna alle Duitse gesneuvelde soldaten begraven. De rest van de in Nederland omgekomen Duitsers ligt in Vorden, Gelderland. Ook in Gelderland vindt een meerderheid (56 procent) dat er op 4 mei stilgestaan mag worden bij Duitse soldaten. In elke provincie vindt een ruime meerderheid het belangrijk om de Nederlandse slachtoffers op 4 mei te herdenken. De Nationale Dodenherdenking moet jaarlijks blijven bestaan.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Herdenken Duitsers jongeren	2013	Jongeren	EenVandaag	1V Jongerenpanel			

Onderzoeksopzet
Aan dit online onderzoek, gehouden op 1 en 2 mei 2013, deden 1.336 jongeren mee. De uitslag is na weging representatief voor drie variabelen, namelijk leeftijd, geslacht en spreiding over het land.

Steun voor herdenken van omgekomen Duitse soldaten
Ruim zes op de tien (62%) jongeren vinden het een mooi signaal van verzoening als op 4 mei ook stilgestaan wordt bij Duitsers die tijdens de Tweede Wereldoorlog in Nederland zijn omgekomen. In 2012 was er een flinke discussie in het plaatsje Vorden over het herdenken van omgekomen Duitsers. Ze wilden daar op de begraafplaats ook langs de Duitse graven lopen, maar de rechter verbood dat in eerste instantie. Nu de rechter dit jaar in hoger beroep heeft gezegd dat het wel mag, wilden ze in Vorden nu voor het eerst ook langs de Duitse graven lopen op 4 mei. Dit kan op instemming rekenen van de jeugd: 61% vindt het een goede zaak dat een afvaardiging van de gemeente Vorden zelf van plan was voorop te lopen in de tocht langs de Duitse graven. Als jongeren zelf de keuze krijgen, wat zouden ze dan doen? Een meerderheid (58%) zegt dat ze dan ook langs de Duitse graven zouden lopen en een kwart (27%) zou ervoor kiezen alleen langs de Nederlandse graven te lopen van gevallenen uit de Tweede Wereldoorlog.

Ook jongeren vinden 4 mei belangrijk
De Nationale Dodenherdenking vinden jongeren belangrijk; bijna negen op de tien (88%) van de deelnemers stelt dat het jaarlijks moet blijven bestaan. Veel jongeren (83%) zeggen dan ook zeker twee minuten stilte in acht te nemen op 4 mei om 20.00 uur.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2013	Nederlanders (jongeren & volwassenen)	Ministerie van Algemene Zaken en het Nationaal Comité 4 en 5 mei.	TNS NIPO onder begeleiding van de Dienst Publiek en Communicatie			

Onderzoeksopzet

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van het campagne-effectonderzoek voor campagnes met zendtijd van de Rijksoverheid. Het bereik, de waardering en de boodschapoverdracht worden gemeten aan het einde van de looptijd van de campagne. De campagne-effecten worden gemeten door vergelijking van de situatie voorafgaand aan de campagne met de situatie na afloop van de campagne. Het campagne-effectonderzoek kent een duale opzet en bestaat met ingang van 2012 uit een trackingdeel en een paneldeel. In het trackingdeel wordt de voormeting vergeleken met een nameting bij een onafhankelijke ('verse') steekproef. Bij het paneldeel wordt de nameting uitgevoerd onder dezelfde respondenten als bij de voormeting. De voormeting vond plaats in twee weken voorafgaand aan de campagne (week 14 t/m 15). De nameting en panelmeting liepen gedurende twee weken (week 18 t/m 19) tijdens en kort na de campagne. Er zijn reminders uitgezet. De vragenlijst duurde gemiddeld 8 minuten in de voormeting en 12 minuten in de nameting. Het onderzoek is gehouden onder twee doelgroepen:

- Primaire doelgroep (algemeen publiek 18+)
- Secundaire doelgroep (jongeren 13-17 jaar)

Behaalde effecten

Kennis

De kennis over het plaatsvinden van de dodenherdenking op 4 mei en de viering van de bevrijding op 5 mei stijgt licht tijdens de campagne van 96% naar 98% onder het algemeen publiek, hiermee is de primaire kennisdoelstelling behaald. Het niveau is bij aanvang al zeer hoog, waardoor het bewerkstelligen van een stijging (bijna) niet mogelijk is. Onder jongeren zien we een stijging van de bekendheid van de datum van de dodenherdenking, van 86% voorafgaand aan de campagne, naar 92% na de campagneperiode. De kennis van de datum 5 mei blijft bij hen stabiel. Het logo is gedurende de campagne bekender geworden: 88%, hetgeen een stijging met 6% betekent. Drie op de tien is bekend met de website www.4en5mei.nl. Onder jongeren zien we een stijging van de bekendheid tijdens de campagne van 26% naar 36%. In 2013 was er een nieuwe slogan 'Vrijheid. Geef je door.' 85% van het algemeen publiek kent de slogan zeker of misschien na afloop van de campagne. Gedurende de campagne is de bekendheid van de slogan met 10% gestegen.

Houding

Een secundair doel van de campagne op houding is dat men het eens is met de stelling dat 'herdenken moet blijven bestaan, ook wanneer de generatie die de oorlog heeft meegemaakt niet meer in leven is'. Voor de campagne was 75% van het algemeen publiek het er mee eens, na de campagne is dit zelfs hoger met 80%, daarmee is behoud gerealiseerd. Onder jongeren is het draagvlak voor behoud van herdenken iets lager, maar zien we wel tijdens de campagne een stijging van 63% naar 70%. Voor het vieren van 5 mei geldt iets vergelijkbaars: voor de campagne is 75% van mening dat we moeten blijven vieren, tijdens de campagne neemt dit toe naar 82%. Ook deze doelstelling is dus behaald. Van de jongeren vindt 73% dat het vieren moet blijven bestaan. Ook uit andere resultaten van het onderzoek blijkt dat men herdenken en vieren op 4 en 5 mei belangrijk vindt. Zo vindt bijvoorbeeld 77% van het publiek het

belangrijk dat hun kinderen twee minuten stilte in acht nemen op 4 mei en vinden negen op de tien het belangrijk dat iedereen in vrijheid kan leven. De persoonlijke invulling van de herdenking is uiteenlopend en verdeeld: een kwart vat de herdenking ruim op: alle oorlogsslachtoffers in de hele wereld. Eveneens een kwart denkt aan alle slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog en een op de zes denkt vooral aan Nederlandse slachtoffers. Bij jongeren zien we hier een stijging van de kennis over wie officieel herdacht worden op 4 mei. Na de campagne weten ze vaker dat de Nederlandse slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog en oorlogen en vredesoperaties daarna worden herdacht (38%) dan voor de campagne (21%). Circa de helft vindt niet dat het belang van dodenherdenking afneemt naarmate de Tweede Wereldoorlog verder van ons af ligt. Ruim een kwart is het wel met deze stelling eens. Respect voor de medemens en verdraagzaamheid zijn de belangrijkste voorwaarden om tot een wereldwijde vrijheid te komen. Als het gaat om vrijheid in Nederland, vindt een ruime meerderheid dat alle Nederlanders hier in gelijke mate verantwoordelijk voor zijn. Het in stand houden van het herdenken en vieren op 4 en 5 mei is volgens 70% de verantwoordelijkheid van zowel de burgers als de overheid. Een op de vijf vindt dat de overheid hier vooral verantwoordelijk voor is; slechts weinigen vinden dat de verantwoordelijkheid alleen bij burgers ligt.

Gedrag
Een (secundair) doel op gedrag is dat volwassenen op 4 mei deelnemen aan de twee minuten stilte en dat men actief deelneemt aan de festiviteiten op 5 mei. De afgelopen twee jaar heeft steeds 86% bewust twee minuten stilte in acht genomen op 4 mei. Dit jaar is dat 88%. De doelstelling (behoud) is dus gerealiseerd. Ruim de helft heeft de dodenherdenking op de Dam via de TV gevolgd, nog eens een vijfde (ook) de dodenherdenking op de Waalsdorpervlakte. Een kwart laat de vlag halfstok hangen. Op 5 mei heeft 10% van de volwassenen een Bevrijdingsfestival bezocht, van de jongeren heeft 15% dit gedaan. Ten opzichte van de voormeting en de score van vorig jaar is het bezoek niet significant afgenomen, waarmee de doelstelling (behoud) gehaald is. Op Bevrijdingsdag hangt ruim een kwart de vlag uit. Andere activiteiten die men heeft gedaan op 5 mei zijn tv kijken of een speelfilm over bevrijding of de vrijheid kijken. Circa twee derde ondernemen echter niets op Bevrijdingsdag. Net als vorig jaar hebben zeer weinigen (circa 2%) meegeholpen met de organisatie van 4 en 5 mei.

Gespreksonderwerp
In hoeverre zijn 4 en 5 mei gespreksonderwerp voor Nederlanders? In de periode voorafgaand aan 4 en 5 mei wordt door ruim een kwart van de volwassenen en jongeren een of meerdere keren hierover gesproken. Dit aandeel stijgt na afloop van 4 en 5 mei naar meer dan 60%. Dergelijke gesprekken gingen het vaakst over de oorlog, de Joden en de noodzaak van het blijven herdenken en vieren op 4 en 5 mei. In zes op de tien gevallen was de toon van dergelijke gesprekken positief, in vier van de tien gevallen neutraal.

Trends
Sinds 2003 wordt via een voor- en nameting het effect van de campagne 4 en 5 mei vastgesteld. Welke trends worden geconstateerd?
• De spontane bekendheid met 4 en 5 mei is altijd zeer hoog. In 2013 bereikt hij een niveau dat nauwelijks nog verhoogd kan worden (voor beide dagen 98%). Eerdere jaren was er een stijging tijdens de campagne, nu is het aandeel voorafgaand aan de campagne al op een hoog niveau.

• De maatschappelijke relevantie van 4 mei is al enkele jaren stabiel rond de 80%. De persoonlijke relevantie ligt al enige tijd op 45%, maar stijgt tijdens de campagne naar 50% en ligt daarmee weer op het niveau van 2010.
• De maatschappelijke relevantie van 5 mei ligt sinds vorig jaar rond de 65%, de persoonlijke relevantie rond de 40%. We zien hier geen duidelijke veranderingen.
• Al enige tijd vinden circa acht op de tien dat activiteiten rondom 4 en 5 mei in stand moeten worden gehouden.
• Na het tonen van het logo '4 en 5 mei' geeft bijna negen op de tien van het algemeen publiek (88%) aan het logo misschien tot zeker te hebben gezien. Dit is lager dan na afloop van de campagne in 2012 (95%). Het niveau lag voorafgaand aan de huidige campagne ook al lager dan vorig jaar.

Communicatieve werking

Bereik

Het totale campagnebereik ligt op 78% onder volwassenen en 83% onder jongeren. De tv-spot is door circa twee derde gezien, de radiospot door circa de helft gehoord. De banners zijn door ruim eenderde gezien (jongeren 44%) en het artikel in huis-aan-huisbladen is door circa een kwart gezien. In vergelijking met vorig jaar ligt het bereik van de banners hoger (2012: 23%, 2013: 34%). Ongeveer vier op de tien Nederlanders geven aan dat ze zich een campagne over 4 en 5 mei hebben herinnerd. Ongeveer een zesde van de mensen die zich de campagne niet kan herinneren, kan zich wel de tv-spot herinneren van verschillende schilderingen die uiteindelijk een fakkel vormen.

Waardering

De gehele campagne wordt gewaardeerd met een 7,4 door het algemeen publiek, en een 7,3 door de jongeren. Ten opzichte van de benchmark voor campagnewaardering scoort deze campagne hoog. De tv-spot scoort een 7,6, de radiospot, banner en het artikel in huis-aan-huisbladen scoren allemaal een 7,4. Alle uitingen scoren hoger dan de benchmark. We zien hier weinig verschillen tussen volwassenen en jongeren. De campagne scoort het hoogst op de aspecten 'duidelijk', 'geloofwaardig' en 'niet irritant'. Het laagst scoort de campagne op 'emotioneel' en 'geeft nieuwe informatie'. In vergelijking met de benchmark scoort de campagne op nagenoeg alle aspecten hoog, alleen op het aspect 'geeft nieuwe informatie' is de waardering beneden gemiddeld.

Boodschap

De belangrijkste boodschap van de campagne is volgens Nederlanders spontaan dat 'vrijheid niet vanzelfsprekend is' en dat 'het belangrijk is om te blijven herdenken en vieren'. Met de campagne is het meest duidelijk gemaakt dat op 4 mei de dodenherdenking plaatsvindt en dat we op 5 mei vieren dat we vrij zijn. Dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, komt als boodschap het minst expliciet over, hoewel dat nog altijd voor een ruime meerderheid van het publiek geldt (91%). Alle boodschappen scoren hoger dan de benchmark voor boodschapoverdracht (85%).

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2014	Algemeen publiek van 18 jaar en ouder + Jongeren van 13 t/m 17 jaar	Nationaal Comité 4 en 5 mei en Ministerie van Algemene Zaken	TNS NIPO			

Onderzoeksopzet
Het Ministerie van Algemene Zaken en het Nationaal Comité 4 en 5 mei voeren elk jaar de campagne 4 & 5 mei, met als doel 4 en 5 mei te agenderen en context te bieden aan herdenken en vieren. De kernboodschap van de campagne is: '4 mei herdenken we de oorlogsslachtoffers en 5 mei vieren we dat we vrij zijn'. Doel van dit onderzoek is het effect van deze campagne te meten. Het campagne-effectonderzoek kent een duale opzet en bestaat uit een trackingdeel en een paneldeel. In het trackingdeel wordt de voormeting vergeleken met een nameting bij een onafhankelijke ('verse') steekproef. Bij het paneldeel wordt de nameting uitgevoerd onder dezelfde respondenten als bij de voormeting. De respondenten zijn geselecteerd uit TNS NIPObase, het online access panel van TNS NIPO met zo'n 150.000 leden. Het onderzoek is gehouden onder twee doelgroepen: Algemeen publiek van 18 jaar en ouder (voormeting *n*= 627, nameting *n* = 511 en panel meting *n* = 517*)* en Jongeren van 13 t/m 17 jaar (voormeting *n*= 315, nameting *n =227* en panel meting *n* = 241. De voormeting vond plaats in twee weken voorafgaand aan de campagne (week 14 t/m 15). De nameting en panelmeting liepen gedurende twee weken (week 18 t/m 19) tijdens en kort na de campagne.

Kennis
De spontane kennis onder het algemeen publiek over het plaatsvinden van de Nationale Herdenking op 4 mei stijgt tijdens de campagne van 91% naar 97% . De spontane bekendheid van de Nationale Viering van de Bevrijding op 5 mei stijgt tijdens de campagne van 93% naar 97%. Hiermee is de primaire kennisdoelstelling behaald en is het niveau weer terug op dat van 2013. Voor de jongeren zien we voor beide data ook een stijging: de bekendheid dat 4 mei de Nationale Herdenking plaatsvindt stijgt bij hen tijdens de campagne van 86% naar 96%. De bekendheid van de Nationale Viering van de Bevrijding op 5 mei stijgt van 89% naar 96%. De kennis onder jongeren ligt hiermee iets hoger dan een jaar eerder. Voor de jongeren is daarnaast tijdens de campagne een stijging te zien van het percentage dat weet wie op 4 mei worden herdacht. Vóór de campagne gaf 29% aan dat de Nederlandse slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog en oorlogen en vredesoperaties daarna worden herdacht, tijdens de campagne stijgt dit naar 45%. Van zowel het algemeen publiek als de jongeren gaf één op de drie voor de campagne aan bekend te zijn met de website www.4en5mei.nl. Tijdens de campagne is het aandeel van het algemeen publiek dat bekend is met de website toegenomen tot 40%.

Houding
Op het gebied van houding zijn twee (secundaire) doelstellingen geformuleerd, die betrekking hebben op het belang van 4 en 5 mei. De eerste doelstelling is dat het aandeel volwassenen dat de jaarlijkse herdenking van oorlogsslachtoffers op 4 mei belangrijk vindt, behouden blijft. Bijna acht op de tien van het algemeen publiek onderschrijven het belang hiervan, ook wanneer de generatie die de Tweede Wereldoorlog heeft meegemaakt niet meer in leven is (79%). Er is geen effect zichtbaar tijdens de campagne, waarmee behoud is gerealiseerd en het campagnedoel behaald. Onder de jongeren ligt het niveau iets lager, maar is tijdens de

campagne wel een stijging te zien, van 65% naar 77%. De tweede houdingsdoelstelling is dat het aandeel volwassenen dat het jaarlijks vieren van de vrijheid op 5 mei belangrijk vindt (ook wanneer de generatie die de Tweede Wereldoorlog heeft meegemaakt niet meer in leven is), behouden blijft. Tijdens de campagneperiode zien we onder het algemeen publiek een stijging van het draagvlak voor deze stelling van 77% naar 83% en is daarmee weer op het niveau van 2013. Behoud is hiermee behaald. We zien onder jongeren enkele andere opvallende stijgingen in houding tijdens de campagne. Zo stijgt het aandeel dat het belangrijk vindt dat (hun) kinderen (later) begrijpen dat vrijheid niet vanzelfsprekend is (van 76% naar 85%) en dat (hun) kinderen (later) twee minuten stil zijn bij de Nationale Dodenherdenking (van 59% naar 69%). Ook het percentage jongeren dat het belangrijk vindt dat vrijheid wordt doorgegeven is tijdens de campagne gestegen van 76% naar 85%. Bij de campagne in 2013 waren deze stijgingen in mindere mate zichtbaar. Tijdens de campagne stijgt het belang van de Dodenherdenking onder het algemeen publiek en de jongeren, voor hen heeft de jaarlijkse Dodenherdenking steeds meer betekenis naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter hen ligt. Gevraagd naar hoe belangrijk zij de Nationale Dodenherdenking op 4 mei vinden geven acht op de tien van het algemeen publiek aan (79%) dit (heel) belangrijk te vinden. Hier is geen effect zichtbaar tijdens de campagne. Voor de jongeren zien we hier wel een stijging tijdens de campagne, van 57% voor de campagne, tot 70% na de campagne. Gevraagd naar hoe belangrijk zij het vieren van de vrijheid op 5 mei vinden, zien we voor zowel het algemeen publiek (van 66% naar 71%) als de jongeren (van 52% naar 61%) een stijging in het aandeel dat dit (heel) belangrijk vindt. Voor de jongeren heeft de campagne aantoonbaar aan deze stijging bijgedragen. Voor zowel het herdenken op 4 mei als het vieren van 5 mei geeft het grootste deel van het algemeen publiek en de jongeren aan dat zij dit belangrijk vinden doordat zij verhalen hebben gehoord van familie en/of vrienden over de Tweede Wereldoorlog.

Gedrag

Ook op het gebied van gedrag zijn twee (secundaire) campagnedoelstellingen geformuleerd. De eerste luidt: ‘Volwassenen nemen actief deel aan 2 minuten stilte op 4 mei. Na 4 mei geeft 90% van het algemeen publiek aan op 4 mei om 8 uur ‘s avonds 2 minuten stil te zijn geweest. Vorig jaar was dit 88% van het algemeen publiek, behoud is behaald. Voor de jongeren zien we dat 84% na 4 mei aangeeft 2 minuten stilte in acht te hebben genomen. Dit is iets hoger dan vorig jaar, toen 77% dit aangaf. De tweede gedragsdoelstelling van de campagne is ‘Volwassenen nemen actief deel aan (vrijheids)activiteiten op 5 mei’. Eén op de tien personen van het algemeen publiek (10%) geeft na 5 mei aan dat hij/zij een Bevrijdingsfestival heeft bezocht. Dit percentage is gelijk aan vorig jaar, toen ook 10% aangaf dit te hebben gedaan. Behoud is behaald. Van de jongeren geeft 17% na 5 mei aan dat zij een bevrijdingsfestival hebben bezocht. Dit percentage is vergelijkbaar met vorig jaar, toen 15% van de jongeren aangaf dit te hebben gedaan. Op het gebied van gedrag zien we in vergelijking met vorig jaar daarnaast ook bij andere activiteiten dat zowel het algemeen publiek als de jongeren dit jaar minimaal even vaak, maar soms ook vaker, aangeven een bepaalde activiteit te hebben gedaan. Daarnaast zien we dat de helft (50%) van het algemeen publiek na 4 mei aangeeft de Dodenherdenking op de Dam te hebben gevolgd op televisie en dit geldt voor vier op de tien (40%) jongeren. Van het algemeen publiek geeft 18% na 4 mei aan de Dodenherdenking op de Waalsdorpervlakte in Den Haag te hebben bekeken en dit geldt voor één op de tien (10%) jongeren. Na 5 mei geeft één op de tien van zowel het algemeen publiek (11%) als de jongeren (10%) aan een lokale bevrijdingsactiviteit te hebben bezocht. Daarnaast heeft 23% van het algemeen publiek en 10% van de jongeren de tv-uitzending van het 5 mei concert bekeken.

Gespreksonderwerp
Ten slotte is er tijdens de campagne een stijging in het aandeel dat heeft gesproken over Dodenherdenking en/of Bevrijdingsdag onder zowel het algemeen publiek en de jongeren. Voor de jongeren heeft de campagne hier aantoonbaar aan bijgedragen. Over het algemeen wordt op alle doelstellingen het niveau van 2013 gerealiseerd en onder jongeren is er op het gebied van kennis (4 en 5 mei) zelfs een licht stijgende lijn. Ook hebben zij vaker dan vorig jaar 2 minuten stilte gehouden op 4 mei en zij hechten meer belang aan het herdenken op 4 mei.

Communicatieve werking
De campagne liep in april 2014, en er is gebruik gemaakt van inzet via tv, radio, print (dagbladadvertentie) en online (banners en een mobiele game). In vergelijking met andere campagnes van de Rijksoverheid met een tv-spot is het mediabudget vrij laag.

- Het totaalbereik van de campagne is met 86% iets hoger dan de benchmark (83%), en fors hoger dan vorig jaar (78%).
- Van de campagnemiddelen hebben de traditionele middelen tv (76%) en radio (57%) de meeste mensen bereikt, het bereik hiervan is bovengemiddeld.
- De online inzet (30%) heeft ook een bovengemiddeld bereik. Jongeren worden online beter bereikt (43%).
- Ruim de helft (52%) van de ondervraagden herinnert zich een campagne van de Rijksoverheid over Dodenherdenking en Bevrijdingsdag op 4 en 5 mei. Ook dit is hoger dan vorig jaar (42%). Alle campagne-uitingen meegenomen in dit campagne-effectonderzoek hebben in vergelijkbare mate bijgedragen aan de herinnering. De invloed van deze uitingen op de herinnering onder jongeren is iets beperkter.
- De bekendheid van de slogan en het logo van 4 en 5 mei nemen tijdens de campagneperiode toe.
- De campagne 4 en 5 mei wordt met een 7,1 gemiddeld gewaardeerd (benchmark: 7,3), maar wel iets lager dan vorig jaar (7,4). Van de individuele middelen scoren de tv-spot (7,6) en de radiospot (7,5) hoger dan gemiddeld. De campagne geeft relatief weinig nieuwe informatie, maar men wordt er wel emotioneel door geraakt.
- De boodschapoverdracht van de campagne is zeer sterk, zowel onder het algemeen publiek als onder jongeren. Volgens meer dan negen op de tien is het gelukt om met de campagne de verschillende boodschappen over te brengen.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Tevredenheidsonderzoek Tentoonstelling De Tweede Wereldoorlog in 100 Voorwerpen	2014	Bezoekers tentoonstelling De Tweede Wereldoorlog in 100 Voorwerpen	Nationaal Comité 4 en 5 mei	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht			

Onderzoeksopzet

De tentoonstelling *De Tweede Wereldoorlog in 100 Voorwerpen* was een initiatief van het Nationaal Comité 4 en 5 mei, in samenwerking met de Stichting Musea en Herinneringscentra 40-45. Vijfentwintig oorlogs-en verzetsmusea presenteerden in deze tentoonstelling gezamenlijk voorwerpen uit hun collecties. Er waren ook voorwerpen afkomstig uit andere instellingen en privéverzamelingen. De 100 voorwerpen zijn door gastcurator Ad van Liempt gekozen. De tentoonstelling vond plaats in de Kunsthal Rotterdam van 5 februari tot 5 mei 2014. Meer informatie over deze tentoonstelling is te vinden op: http://www.tweedewereldoorlog.nl/100voorwerpen. In opdracht van het Nationaal Comité 4 en 5 Mei heeft de afdeling sociologie van Universiteit Utrecht een publieksevaluatie uitgevoerd bij bezoekers aan deze tentoonstelling. In dit onderzoek wordt een profielschets gemaakt van de bezoekers aan de tentoonstelling "de Tweede Wereldoorlog in 100 Voorwerpen". Tevens werd achterhaald wat de belangrijkste redenen waren voor het bezoek aan de tentoonstelling en of de tentoonstelling goed beoordeeld werd door de bezoekers. De drie hoofdvragen van het onderzoek zijn: 1) Wat is de reden voor een bezoek aan de tentoonstelling De Tweede Wereldoorlog in 100 voorwerpen?, 2) Wie zijn de bezoekers van deze tentoonstelling? en 3) Zijn de bezoekers tevreden over de tentoonstelling? Om deze vragen te kunnen beantwoorden heeft de afdeling sociologie van Universiteit Utrecht op drie dagen bezoekers van de tentoonstelling bevraagd. Het onderzoek heeft plaats gevonden op twee weekdagen (donderdag 3 april en vrijdag 4 april) en op één weekenddag (zaterdag 12 april). Elke dag hebben twee interviewers vragenlijsten afgenomen. In totaal hebben 174 bezoekers meegedaan aan dit onderzoek (donderdag 3 april 64 bezoekers, vrijdag 4 april 43 bezoekers en zaterdag 12 april 67 bezoekers).

Bezoekersprofiel

Ongeveer 65 procent van de ondervraagde bezoekers was vrouw. Verder waren de bezoekers aan de tentoonstelling relatief hoog opgeleid en waren het vooral oudere mensen die een bezoek brachten aan de tentoonstelling. De meeste mensen hebben de tentoonstelling met vrienden of met hun partner bezocht. Niet enkel bezoekers uit (de omgeving van) Rotterdam hebben de tentoonstelling bezocht. Ongeveer 20 procent van de ondervraagden gaf aan meer dan 100 kilometer afgelegd te hebben voor het bezoek aan de tentoonstelling.

Reden bezoek

Bijna de helft van de bezoekers gaf aan voor deze tentoonstelling naar de Kunsthal te zijn gekomen. Interesse in de Tweede Wereldoorlog werd het vaakst gegeven als reden voor het bezoek. Meer dan 80 procent van de bezoekers gaf aan geïnteresseerd te zijn in de Tweede Wereldoorlog. Vooral het dagelijks leven, de (Joden)vervolging en het verzet zijn thema's die de bezoekers aanspreken.

Bekendheid en bezoek museums en herinneringscentra
De meerderheid van de bezoekers heeft het afgelopen jaar *geen* oorlogs- verzetsmuseum of herinneringscentrum bezocht, maar geeft aan dit wel van plan te zijn in het komende jaar. Van alle museums die meewerkten aan de tentoonstelling was het Anne Frank Huis met afstand het meest bekend bij de bezoekers.

Tevredenheid
De tentoonstelling werd erg goed beoordeeld door de bezoekers. Een absolute meerderheid van de bezoekers zou anderen een bezoek aan de tentoonstelling aanraden. De bezoekers gaven de tentoonstelling gemiddeld een 8.2. De gasvrije kinderwagen was het meest populaire voorwerp van de tentoonstelling.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Oorlog in de klas	2014	Docenten in het primair onderwijs en geschiedenis- en maatschappijleerdocenten in het voorgezet onderwijs	Nationaal Comité 4 en 5 mei	BureauVeldkamp			

Onderzoeksopzet
De doelgroep van het onderzoek bestaat uit docenten in het primaire onderwijs en geschiedenis- en maatschappijleerdocenten in het voorgezet onderwijs. In totaal hebben 432 docenten deelgenomen aan het onderzoek. Hiervan zijn 246 docenten werkzaam in het primair onderwijs en 186 in het voortgezet onderwijs. Alle ondervraagde PO-docenten geven les aan groep 7 en/of groep 8. De ondervraagde VO-docenten geven geschiedenis en/of maatschappijleer aan het VMBO, HAVO, VWO of Gymnasium. Het onderzoek is uitgevoerd in de periode van 10 december 2013 tot en met 7 april 2014.

Veel extra aandacht voor de Tweede Wereldoorlog
In het onderwijs wordt veel extra aandacht aan de Tweede Wereldoorlog besteed. Negen op de tien PO-docenten en acht op de tien VO-docenten besteden in hun lessen extra aandacht aan de Tweede Wereldoorlog. De meeste PO- en VO-docenten verbinden hun les over de Tweede Wereldoorlog aan nieuws en actualiteiten. VO- en PO-docenten besteden in hun les over de Tweede Wereldoorlog de meeste aandacht aan het thema Jodenvervolging. Het onderwerp Jodenvervolging wordt hierbij door weinig PO- en VO-docenten beschouwd als een lastig thema dat emotionele discussies tijdens de les kan opleveren. PO-docenten besteden hiernaast ook veel aandacht aan de thema's het leven van gewone mensen en verzet. VO-docenten besteden aandacht aan een breder scala aan thema's. Voor Indische oorlogsgeschiedenis is zowel in het primair als secundair onderwijs weinig aandacht.

Interesses van jongeren
De interesses van jongeren tussen de 13 en 17 jaar en de aandacht in de les die wordt besteed aan verschillende thema's komen soms niet overeen. Zo zijn jongeren vaak geïnteresseerd in de onderwerpen verzet (37%) en militaire geschiedenis (31%) terwijl VO-docenten de meeste aandacht besteden aan de onderwerpen Jodenvervolging, het leven van gewone mensen (52%) en verzet (49%).

Brongebruik
Bijna alle docenten in het voortgezet en primair onderwijs besteden naast de verplichte lesstof extra aandacht aan de Tweede Wereldoorlog. Hierbij maken zowel PO- als VO-docenten het meest gebruik van geschiedenisboeken, films en documentaires. Van de PO-docenten gebruikt 68% films als bron bij het lesgeven over de Tweede Wereldoorlog, bij VO-docenten is dat 89%. Van romans wordt minder gebruik gemaakt: 27% van de PO- en VO-docenten gebruikt ze. De films *Der Untergang, Schindlers List en Saving Private Ryan* worden in het voortgezet onderwijs het meest als bron gebruikt. PO-docenten gebruiken de films *Oorlogswinter* en *The Diary of Anne Frank* het meest. *Het Achterhuis* van Anne Frank en *Oorlogswinter* van Jan Terlouw zijn zowel in het primair als voortgezet onderwijs de meest gelezen romans. Van de VO-docenten heeft 56% weleens in klasverband een bezoek gebracht aan een oorlogsmuseum of -plaats. Bij PO-docenten is dat 45%. In de meeste gevallen vindt een dergelijk bezoek plaats in het kader van een themales over de Tweede Wereldoorlog (PO-docenten 84% en VO-docenten 67%). Het Anne Frank Huis wordt door beide groepen

docenten het meest bezocht. Ook het Nationaal Monument Kamp Vught en het Joods Historisch Museum worden relatief vaak bezocht. Een groot aantal docenten ervaart belemmeringen bij het in klasverband bezoeken van oorlogsmusea en -plaatsen. De meest genoemde belemmeringen voor zowel PO- als VO-docenten zijn gebrek aan budget, aan lestijd en aan vervoersmogelijkheden. Een derde van de VO-docenten en vier op de tien PO-docenten nodigen gastdocenten uit bij hun les over de Tweede Wereldoorlog. In de meeste gevallen zijn dat gastsprekers die de oorlog zelf hebben meegemaakt. VO-docenten benaderen de gastdocenten vaak via het Landelijk Steunpunt Gastsprekers WO-II-heden (21%) terwijl PO-docenten relatief vaak een persoonlijke kennis uitnodigen (17%).

Persoonlijke interesse
Ongeveer negen op de tien PO- en VO-docenten hebben (zeer) veel interesse in de Tweede Wereldoorlog. Veel PO- en VO-docenten zijn in gelijke mate geïnteresseerd geraakt in de Tweede Wereldoorlog door verhalen van familie, speelfilms over de Tweede Wereldoorlog en museumbezoek. Voor VO-docenten - in de meeste gevallen vakdocenten geschiedenis - spelen daarnaast geschiedenisboeken en hun opleiding een belangrijke rol in het ontstaan van hun persoonlijke interesse voor de Tweede Wereldoorlog.

Persoonlijke interessegebieden
Bijna zeven op de tien VO- en PO-docenten zijn geïnteresseerd in het onderwerp Jodenvervolging. Daarnaast zijn VO-docenten relatief vaak geïnteresseerd in het onderwerp ‘het leven van gewone mensen’ (63%) en zijn PO-docenten relatief vaak geïnteresseerd in het onderwerp ‘verzet’ (68%). Circa acht op de tien PO- en VO-docenten geven aan vaak documentaires en films over de Tweede Wereldoorlog te kijken. Driekwart van de PO- en VO-docenten leest vaak een geschiedenisboek over de Tweede Wereldoorlog. Oorlogsmusea zijn redelijk populair: bijna vier op de tien geven aan vaak uit persoonlijke interesse een oorlogsmuseum te bezoeken.

Kennis
Het aantal oorlogsmusea in Nederland – ruim tachtig in totaal – wordt door PO- en VO-docenten beter ingeschat dan door het Nederlands publiek. Gemiddeld schatten docenten dat er 43 oorlogsmusea in Nederland zijn. Oorlogsmuseum Overloon, Herinneringscentrum Kamp Westerbork, het Anne Frank Huis en Kamp Vught zijn zowel onder PO- als onder VO-docenten het meest bekend. Over het algemeen zijn de meeste musea bekender onder VO- dan onder PO-docenten. De bekendheid van de musea komt niet altijd overeen met het daadwerkelijke bezoek in klasverband.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Gebruik van speelfilms over de Tweede Wereldoorlog in de les	2014	Docenten (primair en voortgezet onderwijs)	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Nationaal Comité 4 en 5 mei			

Onderzoeksopzet
Uit eerder onderzoek (Oorlog in de Klas, 2014) blijkt dat 68% van leraren in het primair onderwijs en 88% procent van docenten in het voortgezet onderwijs gebruik maakt van speelfilms als bron tijdens lessen over de Tweede Wereldoorlog. Na boeken zijn films de meest gebruikte bron in de les. Het Nationaal Comité 4 en 5 mei wil graag weten op welke manier speelfilms in lessen over de Tweede Wereldoorlog worden ingezet. Welke films worden getoond en worden hele films gekeken of fragmenten? Bij sommige films is lesmateriaal gemaakt, maken leraren daar gebruik van? En wat vinden ze van dit materiaal? Waar moet lesmateriaal bij speelfilms aan voldoen, wat zijn de kwaliteitscritera? In hoeverre ontwikkelen leraren zelf materiaal en hebben ze daarbij behoefte aan ondersteuning? Allereerst is een inventarisatie gemaakt van meest gebruikte speelfilms over de Tweede Wereldoorlog. Van de meest genoemde titels is vervolgens bestaand lesmateriaal in kaart gebracht. Daarna zijn leraren door middel van een enquête gevraagd of ze films inzetten in de les, en zo ja, op welke manier. De enquête werd verspreid onder leraren die eerder meededen aan het onderzoek over ooggetuigen in de klas en aanwezigen bij het onderwijscongres van het Nationaal Comité in 2014. Daarnaast werd op de enquête gewezen via social media via het twitter- en facebookaccount van het Nationaal Comité. Ook werden de genomineerden ‘leraar geschiedenis van het jaar’ aangeschreven en werden flyers uitgedeeld op de Cultuur en onderwijsbeurs eind januari in de Jaarbeurs Utrecht. De enquête werd ingevuld door 96 leraren. Daarvan geven 58 les in het primair onderwijs en 38 in voortgezet of hoger onderwijs. Naar aanleiding van de resultaten van de enquête zijn er nog gesprekken gevoerd met een aantal leraren uit zowel het primair als het voortgezet onderwijs.

Speelfilms vormen een belangrijke bron in de geschiedenisles over de Tweede Wereldoorlog
Uit de enquête blijkt dat 84,5% van de respondenten uit het primair speelfilms gebruikt en 92% van de respondenten uit het voortgezet onderwijs. De voornaamste reden om speelfilms in te zetten is het visualiseren van de geschiedenis en emotionele betrokkenheid creëeren. In het primair onderwijs wordt vaker de hele film gekeken, in het voortgezet onderwijs vaker fragmenten.

Top 10
Bij het primair onderwijs is een duidelijke voorkeur voor films te zien: ‘Oorlogswinter’ en ‘Oorlogsgeheimen’ staan daar met een meerderheid van stemmen op nummer 1 en 2. Andere populaire films zijn: ‘Het dagboek van Anne Frank’ en ‘The boy in the striped pyjamas’. In het voortgezet onderwijs blijft de duidelijke top 3: ‘Schindlers list’, ‘der Untergang’ en ‘Saving Private Ryan’.

Thema’s
Het primair onderwijs kijkt meer films die onder het thema ‘verraad en verzet’ vallen, in het voortgezet onderwijs is het thema ‘vervolging’ vaker aangeklikt. ‘Der Untergang’ vertelt het

verhaal van de laatste dagen van Hitler en valt niet onder een thema dat in de enquête gebruikt is.

Verwerking in de klas

Bij de onderzochte filmtitels is weinig lesmateriaal te vinden dat is uitgebracht door educatieve instanties en specifiek ingaat op de historische gebeurtenissen in de Tweede Wereldoorlog. Een officieel lespakket is momenteel alleen beschikbaar bij de film 'Oorlogsgeheimen'. Dat materiaal kan aangevraagd worden. De educatieve sites Süskinddefilm.nl en Zwartboekdefilm.nl zijn recentelijk offline gehaald. Bij een aantal films is lesmateriaal beschikbaar ontwikkeld door docenten zelf, dat gedeeld wordt op onderwijsplatforms. Het grootste deel van de respondenten besteedt aandacht aan het verschil tussen feit en fictie in speelfilms. Het voortgezet onderwijs is hier iets meer mee bezig dan het primair onderwijs. De manier waarop dit aan de orde wordt gesteld is voornamelijk mondeling: er wordt in de klas nagepraat over gebeurtenissen in de film. In het primair onderwijs vindt 75,8% van de respondenten het belangrijk / zeer belangrijk dat de inhoud van speelfilms historisch correct is, van het voortgezet onderwijs is dat 60,5%. Het primair onderwijs geeft aan dat leerlingen zaken snel voor 'waar' aannemen, in het voortgezet onderwijs zijn onjuistheden een goede aanleiding voor discussie en verder onderzoek. Zij vinden het belangrijker dat leerlingen weten welke elementen in het verhaal historisch correct dan wel geromantiseerd zijn. Informatie over wat historisch juist en wat verzonnen is in het filmverhaal vinden respondenten uit het primair onderwijs in de methode en wordt opgezocht op internet. Respondenten uit het voortgezet onderwijs halen ook nog informatie uit vakliteratuur en laten leerlingen zelf onderzoek doen. Iets meer dan de helft van de respondenten vindt dat er genoeg materiaal te vinden is om het verschil tussen feit en fictie aan de orde te stellen.

Lesmateriaal

Lesmateriaal bij films wordt door primair onderwijs meer ingezet dan door voortgezet onderwijs. Leerkrachten in het primair onderwijs gebruiken voornamelijk materiaal dat uitkomt bij de film en zoeken via internet materiaal ontwikkeld door collega's. Bij de docenten voortgezet onderwijs zijn de antwoorden gelijkmatiger verdeeld over de verschillende antwoordmogelijkheden: zij gebruiken zowel materiaal dat bij de film uitkomt als materiaal dat door organisaties of door collega's is ontwikkeld, of ze maken zelf materiaal. Ondanks dat respondenten uit het primair onderwijs minder aandacht zeggen te besteden aan het verschil tussen feit en fictie in speelfilms (PO 70,7% en VO 84,2%), vinden ze het wel belangrijker dan het voortgezet onderwijs dat er in lesmateriaal zowel aandacht wordt besteed aan de Tweede Wereldoorlog als film als historische bron (PO 51,8% en VO 44,8%). Reden hiervoor zou kunnen zijn dat 'omgaan met bronnen' sowieso al een kerndoel is in het voortgezet onderwijs. Alle respondenten zijn het erover eens dat lesmateriaal meteen inzetbaar moet zijn, uit verschillende onderdelen moet bestaan, meerdere werkvormen moet bevatten en aan te passen moet zijn aan de eigen situatie. Een heel project hoeft niet, en aansluiten bij de kerndoelen ook niet persé: dat doet de methode al. Een verband leggen tussen de geschiedenis en de huidige maatschappij lijkt voor leerlingen van het primair onderwijs ingewikkeld. Toch geeft 67,3% van de respondenten uit het primair onderwijs aan het belangrijk/heel belangrijk te vinden. In het voortgezet onderwijs zegt 52,7% van de respondenten dat belangrijk/heel belangrijk te vinden.

Lesmateriaal ontwikkelen

Het voortgezet onderwijs ontwikkelt zelf vaker lesmateriaal: 23,7% geeft aan dat altijd te doen bij speelfilms; tegenover 5,1% van het primair onderwijs. Van het primair onderwijs zegt 50% dat ze nooit zelf lesmateriaal maken, en 18,4% van voortgezet onderwijs doet dat nooit. Tweederde van de respondenten (zowel primair onderwijs als voortgezet onderwijs) geeft aan ondersteuning bij het maken van lesmateriaal op prijs te stellen. De antwoordmogelijkheden die het vaakst werden genoemd zijn informatie over specifieke films en formats voor lessen. Leraren willen dat graag online kunnen vinden, zodat ze het kunnen inzien en kunnen bepalen of het geschikt is voor hun leerlingen.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2014	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Sinds 2001 wordt het Nationaal Vrijheidsonderzoek door Veldkamp uitgevoerd. Dit onderzoek is opgezet om de beleving van Nederlanders ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Dit wordt gedaan vanuit de gedachte dat deze beleving in de loop der tijd kan veranderen. De beleving kan veranderen doordat de Tweede Wereldoorlog steeds verder achter ons ligt en jongere generaties in de samenleving geen eigen herinneringen meer hebben aan de Tweede Wereldoorlog. De beleving, houding en het draagvlak ten aanzien van 4 en 5 mei is in kaart gebracht met een online enquête onder 929 burgers van 13 jaar en ouder. Het veldwerk voor deze enquête is uitgevoerd van in de periode van 26 maart tot en met 13 april 2014. Er is gebruik gemaakt van de steekproefbron TNS NIPObase. De respondenten in dit panel zijn geworven door Veldkamp en TNS NIPO, dus niet via zelfaanmelding. Voor deelname aan het onderzoek zijn in totaal 1.550 respondenten benaderd. De respons lag op 60%. De steekproef is gestratificeerd getrokken, zodat er ongeveer even veel waarnemingen zijn gedaan per leeftijdscategorie. Op die manier kunnen per leeftijdsgroep uitspraken worden gedaan. Om ook over de bevolking als geheel uitspraken te kunnen doen, is een herweging uitgevoerd op de kenmerken sekse, leeftijd, opleiding, grootte huishouden en regio.

Toenemende zorgen over oorlog
Meer Nederlanders zijn zich het afgelopen jaar zorgen gaan maken om vraagstukken die wereldwijd spelen. Ten opzichte van voorgaande jaren is men zich vaker zorgen gaan maken over oorlog en terrorisme. De oplopende spanningen in Oekraïne spelen vermoedelijk een rol in de toegenomen zorgen over oorlog. Aan een andere trend lijkt dit jaar een einde gekomen: voor het eerst sinds het uitbreken van de kredietcrisis in 2008 maken Nederlanders zich minder vaak zorgen over de economische crisis.

De Tweede Wereldoorlog blijft een actueel onderwerp van gesprek
De Tweede Wereldoorlog en de aanslagen op ‘9-11’ zijn twee historische gebeurtenissen die het denken over vrijheid en onvrijheid van ruim de helft van de Nederlanders sterk hebben beïnvloed. De Tweede Wereldoorlog is vandaag de dag nog steeds een actueel onderwerp van gesprek: acht op de tien Nederlanders praten nog over deze oorlog. Het meest praat men hierover in gezins- of familieverband.

Groot en stabiel draagvlak voor 4 en 5 mei
Het belang dat aan 4 en 5 mei wordt gehecht is door de jaren heen groot en stabiel. Net als in andere jaren hechten ouderen meer belang aan beide dagen dan jongeren. 4 mei wordt door acht op de tien Nederlanders gezien als een dag waarop ze zich verbonden voelen met andere Nederlanders. Bij 5 mei zijn dat zeven op de tien Nederlanders. Dat is ongeveer evenveel als het aantal Nederlanders dat aangeeft dat zich met elkaar verbonden te voelen op Koningsdag.

Men herdenkt steeds vaker Nederlandse slachtoffers
De laatste jaren was een verschuiving te zien in wie men op 4 mei herdenkt en wat men op 5 mei viert. Steeds meer mensen dachten op 4 mei aan alle slachtoffers uit de hele wereld van

alle oorlogen en steeds minder mensen denken specifiek aan slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog. Deze trend lijkt zich in 2014 niet door te zetten, want nu herdenkt bijna een derde van de bevolking specifiek Nederlandse slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Onderzoek Bevrijdingsfestivals	2014	Bezoekers Bevrijdingsfestivals	Nationaal Comité 4 en 5 mei	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht			

Onderzoeksopzet
Jaarlijks vinden in Nederland grote Bevrijdingfestivals plaats om de Bevrijding en vrijheid. Wie zijn de bezoekers van deze festivals? Waarom bezoeken zij een Bevrijdingsfestival en hoe ervaren zij het bezoek aan dit festival? En, zijn de Bevrijdingsfestivals in staat bezoekers extra bewust te maken van de kwetsbaarheid van vrijheid? Om deze vragen te kunnen beantwoorden zijn op 5 mei in 2014 bezoekers van verschillende Bevrijdingsfestivals onderzocht. In totaal hebben interviewers op vijf festivals vragenlijsten afgenomen: in Amsterdam, Assen, Utrecht, Wageningen en Zoetermeer. De eerste vier festivals worden gecoördineerd door het Nationaal Comité 4 en 5 Mei, het festival in Zoetermeer niet. In totaal hebben meer dan 1000 bezoekers meegewerkt aan dit onderzoek.

Bezoekersprofiel
Uit het onderzoek komt naar voren dat de gemiddelde bezoeker van de Bevrijdingsfestivals ongeveer 30 jaar oud is. Verder blijken de bezoekers van de festivals relatief hoogopgeleid en vaker vrouw te zijn. De steun voor 5 mei was erg hoog onder de bezoekers van de Bevrijdingsfestivals. Opvallend was ook dat de bezoekers van de Bevrijdingsfestivals niet vonden dat het vieren van de Bevrijding minder belangrijk was dan de Dodenherdenking, terwijl dit in andere onderzoeken wel naar voren komt.

Reden bezoek
Uit het onderzoek kwam verder naar voren dat slechts een minderheid (24%) van de bezoekers het festival bezoekt voor een inhoudelijke reden (bijvoorbeeld voor het vieren van de Bevrijding of van vrijheid). Mensen bleken vaker voor de gezelligheid en de muziek naar het festival te komen. Desalniettemin blijken de bezoekers wel degelijk stil te staan bij de Bevrijding en bij vrijheid in het algemeen. Meer dan de helft van de bezoekers denkt aan het einde van de Tweede Wereldoorlog en meer dan 90 procent van de bezoekers geeft aan het belangrijk te vinden stil te staan bij mensen die niet in vrijheid leven en is zich er van bewust dat vrijheid niet vanzelfsprekend is.

Tevredenheid en verblijf
Gemiddeld genomen bleven de bezoekers ongeveer vier uur op het festival. Hiermee lijkt de trend doorgezet te geworden naar langere verblijven op het festival (Verhue & Koenen, 2012). De festivals worden goed beoordeeld door de bezoekers. Gemiddeld genomen scoren de festivals een 7.8. Op alle festivals vinden meerdere activiteiten plaats die de betrokkenheid bij vrijheid potentieel vergroten. Op het *Plein van de Vrijheid* staan bijvoorbeeld NGO's die bezoekers informeren over het gebrek aan vrijheid in andere landen. Op elk festival brandt het *Bevrijdingsvuur* en zijn er optredens van *Ambassadeurs van de Vrijheid.* Dit zijn populaire artiesten die niet enkel een muzikale bijdrage leveren, maar die de bezoekers ook oproepen stil te staan bij vrijheid. Tot slot wordt ook tijdens het *5-voor-5 moment* aandacht besteed aan de waarde van vrijheid. Hoewel de meeste bezoekers naar het festival komen voor de muziek en de gezelligheid, bezoekt een deel toch de inhoudelijke activiteiten. Het *Plein van de*

Vrijheid wordt bezocht door 27% van de bezoekers, optredens van de *Ambassadeurs van de Vrijheid* worden gezien door 21.5 procent van de bezoekers, 31.2% ziet het *Bevrijdingsvuur* branden en 41.3% ziet het *5-voor-5 moment*.

Effect bezoeken Bevrijdingsfestival

Uniek aan dit onderzoek was de mogelijkheid om te kijken of Bevrijdingsfestivals de betrokkenheid bij vrijheid vergoten. Er zijn vragenlijsten afgenomen bij mensen die het festival nog moesten gaan bezoeken of net op het festival aangekomen waren en bij mensen die reeds langer op het festival waren of terug naar huis gingen. Door de betrokkenheid bij vrijheid van de eerste groep, de "pre-bezoek" groep, te vergelijken met attitudes van de tweede groep, de "post-bezoek" groep, kan een inschatting gemaakt worden van de effectiviteit van het bezoeken van de Bevrijdingsfestivals. In het onderzoek kwam naar voren dat het bezoeken van een festival niet zorgt voor extra betrokkenheid bij vrijheid. Dit kan deels komen, omdat de betrokkenheid reeds erg hoog is.

Mogelijke verbeteringen

In dit onderzoek is ook aan de bezoekers gevraagd hoe Bevrijdingsfestivals meer aandacht kunnen besteden aan vrijheid. De meest voorkomende suggesties waren: het laten zien van foto's en filmpjes op het hoofdpodium (13%) en speeches over vrijheid op het hoofdpodium (11.96%). Opvallend is dat de meeste van de gesuggereerde activiteiten reeds plaatsvinden op de festivals. Blijkbaar worden deze toch door (een deel van de) bezoekers niet voldoende gezien of opgemerkt. Er lijkt daarom nog wel ruimte voor de festivals om de zichtbaarheid van de inhoudelijke activiteiten te vergroten.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Herdenken Duitsers	2014	Nederlanders	EenVandaag	EenVandaag Opiniepanel			

Onderzoeksopzet
Aan het onderzoek, gehouden van 30 april tot en met 3 mei 2014, deden 22.457 leden van het EenVandaag Opiniepanel mee.

Steun voor herdenken van Duitse soldaten
Een meerderheid (57%) vindt dat op 4 mei ook stilgestaan mag worden bij de Duitse soldaten die tijdens de Tweede Wereldoorlog in Nederland zijn omgekomen. In de aan Duitsland grenzende provincie Limburg zijn mensen het meest positief, daar vindt driekwart (73%) dat ook gesneuvelde Duitsers op 4 mei herdacht mogen worden. Dit lijkt hoger te zijn dan in 2013. In Groningen en Friesland zijn mensen meer verdeeld. Daar vindt respectievelijk 46 en 45 procent dat de Duitsers wel herdacht mogen worden, terwijl ongeveer even grote groepen (46 en 40%) vindt dat dat niet mag.

Dodenherdenking moet jaarlijks blijven bestaan
Een meerderheid (88%) vindt dat dodenherdenking jaarlijks moet blijven bestaan. 8 procent vindt dat we de Nederlandse soldaten die sinds het begin van de Tweede Wereldoorlog zijn gesneuveld nog maar eens in de vijf jaar moeten herdenken en 6 procent vindt dat dodenherdenking helemaal kan worden afgeschaft. In elke provincie vindt een meerderheid het ook belangrijk om zelf Nederlandse oorlogsslachtoffers te herdenken. Landelijk vindt 87 procent het belangrijk om zelf te herdenken, 12 procent vindt dat niet belangrijk.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Freedom and Liberation Day in the Netherlands LISS panel	2014	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht			

Onderzoeksopzet
Dit project, onderdeel van het generatieonderzoek, heeft tot doel twee vragen te beantwoorden. Ten eerste, wat vinden Nederlanders in 2014 van Bevrijdingsdag in het bijzonder en van vrijheid in het algemeen? Ten tweede, hoe verschillen generaties van elkaar? In totaal hebben meer dan 6000 Nederlanders van 16 jaar en ouder meegewerkt aan dit onderzoek.

Tweede Wereldoorlog belangrijkste historische gebeurtenis
Uit het onderzoek komt onder andere naar voren dat Nederlanders de Tweede Wereldoorlog de belangrijkste historische gebeurtenis vinden. Dit is zowel door middel van open vragen als gesloten vragen bestudeerd. In beide gevallen staat de Tweede Wereldoorlog duidelijk op de eerste plaats. Andere gebeurtenissen uit het verleden die Nederlanders belangrijk vinden zijn de terroristische aanslagen van 9/11 en de val van de Berlijnse muur. Vaak wordt aangenomen dat mensen vooral gebeurtenissen belangrijk vinden die tijdens hun formatieve jaren (tussen de 17 en de 15 jaar oud) plaatsvonden. Op basis van dit onderzoek lijken generatie-effecten echter overschat te worden indien je rekening houdt met aspecten als etniciteit en opleiding.

Waarom 4 en 5 mei wel/niet belangrijk?
In eerder onderzoek werd vaak gebruik gemaakt van gesloten vragen om te achterhalen waarom Nederlanders herdenken en vieren wel of niet belangrijk vinden. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een open (en dus minder sturende) vraag. De meeste Nederlanders vinden 4 mei (erg) belangrijk. Redenen hiervoor zijn: het is een deel van de geschiedenis/als Nederlander hoor je dit te kennen, blijft actueel/er zijn nog steeds oorlogen, belangrijk te beseffen: dit nooit meer, respect tonen voor oorlogsslachtoffers, persoonlijke ervaringen en opvoeding. Mensen die aangeven dat ze het niet belangrijk vinden, geven hiervoor de volgende redenen: ik weet niet wat het inhoudt, het is al lang geleden/is geschiedenis of heb het zelf niet meegemaakt. Redenen om 5 mei belangrijk te vinden komen deels overeen met 4 mei. Reden om 5 mei niet belangrijk te vinden zijn: sta al stil bij 4 mei/herdenken is belangrijker, niet weten wat het inhoudt, het is al lang geleden, het is geen vrije dag, het wordt niet goed gevierd en er is nog steeds veel onvrijheid, daarom geen dag voor feest.

Belang dat Nederlanders hechten aan 5 mei onderschat
Het belang dat Nederlanders hechten aan 5 mei werd onderschat in eerdere onderzoeken. In bestaand onderzoek wordt altijd eerst gevraagd naar steun voor 4 mei en vervolgens naar steun voor 5 mei. Door het zogenaamde *contrast principe* valt het belang dat men hecht aan 5 mei hierdoor lager uit.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Freedom and Liberation Day in the Netherlands LISS Immigrantenpanel	2014	Nederlanders + nieuwe Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht			

Onderzoeksopzet
De vragenlijst *Freedom and Liberation Day in the Netherlands* (zie hierboven) is ook bij een speciaal "immigranten panel" afgenomen. In totaal hebben meer dan 1000 respondenten aan dit onderzoek meegewerkt. Hierdoor kon voor het eerst deelname aan herdenken en vieren onder Nederlanders met een niet-Nederlandse achtergrond in kaart gebracht worden. Meer specifiek konden Nederlanders met een Turkse, Marokkaanse, Antilliaanse, Surinaamse, Indonesische en Zuid-Afrikaanse achtergrond bestudeerd worden.

4 en 5 mei en afkomst
Inwoners van Turkse en Marokkaanse afkomst hechten significant minder waarde aan 4 en 5 mei dan autochtone Nederlanders. Ook deze groepen staan in het algemeen echter positief tegen over 4 en 5 mei. Nederlanders van Antilliaanse, Surinaamse en Indonesische afkomst vinden 4 en 5 mei even belangrijk als autochtone Nederlanders. Nederlanders met een Turkse, Marokkaanse en Surinaamse achtergrond participeren minder op 4 mei (vlag uithangen, 2 minuten stilte houden, herdenkingsbijeenkomst bijwonen en 4 in de media volgen) dan autochtone Nederlanders. Ook op 5 mei zien we dat Nederlanders met een Turkse en Marokkaanse achtergrond minder vaak meedoen (vlag uithangen en 5 mei in de media volgen). Zij bezoeken gemiddeld genomen wel even vaak een Bevrijdingsfestivals als autochtone Nederlanders.

Verklaringen participatie onder Nederlanders met een niet-Nederlandse achtergrond
Deelname aan 4 en5 mei onder inwoners met een niet-Nederlandse achtergrond hangt voornamelijk af van eerdere bekendheid met nationale rituelen, bijvoorbeeld door deelname aan rituelen specifiek voor het land van herkomst, of door een persoonlijke link met de Tweede Wereldoorlog. Tenslotte speelt ook Nederlands taalgebruik een rol: frequenter gebruik van de Nederlandse taal in de thuisomgeving hangt samen met frequentere deelname een 4 en 5 mei.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Holocaust concentration camp memorial sites: an exploratory study into expected emotional response / Understanding Dutch visitors' motivations to concentration camp memorials	2014	Nederlanders	NHTV/ Stenden Hogeschool	NHTV/ Stenden Hogeschool			

Onderzoeksopzet
Welke emoties verwachten Nederlanders te voelen indien zij een concentratiekamp in Nederland bezoeken? En hoe sterk zijn deze emoties? Deze vragen stonden centraal in dit onderzoek. Uitgangspunt van het onderzoek was dat het bij mensen een persoonlijke relatie hebben met de Tweede Wereldoorlog voor de hand liggend is dat zij hier ook actief iets mee willen doen. Waarom zijn mensen die zelf geen ervaring hebben met de Tweede Wereldoorlog echter toch geïnteresseerd in het bezoeken van bijvoorbeeld een concentratiekamp. In welke mate kunnen emoties verklaren dat zij toch een bezoek (willen) brengen aan een concentratiekamp? Hiervoor zijn 1050 Nederlanders bevraagd in een online onderzoek (repsons was ongeveer 20 procent). De data voor dit onderzoek zijn verzameld tussen 10 april 2014 en 15 april 2014. De steekproef is representatief voor de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder in termen van leeftijd, geslacht en opleidingsniveau. In het onderzoek is ook aandacht besteed aan de motivaties van Nederlanders om een concentratiekamp te bezoeken (deze vragen zijn door 975 Nederlanders beantwoord).

Wat verwachten Nederlanders te voelen bij een bezoek aan een concentratiekamp?
De emoties die Nederlanders verwachten het sterkst te voelen wanneer zij een concentratiekamp zouden bezoeken zijn: medeleven, walging, schok, verdriet en interesse. Dit zijn dus zowel positieve als negatieve emoties. De emoties die het minst vaak genoemd werden waren amusement, saai, blijdschap, plezier en ontspanning. Het hebben van intrinsieke versus extrinsieke motivatie voor het bezoeken van een kamp en eerder bezoek aan een concentratiekamp had weinig invloed op de emoties die werden gerapporteerd.

Invloed persoonlijke relatie met holocaust op verwachte emoties
In het onderzoek is ook bekeken of mensen die persoonlijk meer betrokken waren bij de Holocaust (bijvoorbeeld doordat iemand in de familie een slachtoffer was van de Holocaust) andere emoties rapporteren dan mensen die deze persoonlijke relatie niet of minder hebben. In dit onderzoek had 74 procent van de mensen geen persoonlijke relatie met de Holocaust en 26 procent van de ondervraagden kenden wel persoonlijk minimaal één slachtoffer van de Holocaust. Uit het onderzoek kwam naar voren dat mensen die persoonlijk een slachtoffer van de Holocaust kennen intensere emoties rapporteren dan personen die niemand kennen die persoonlijk slachtoffer was van de Holocaust. Vooral emoties als genegenheid, trots, liefde, plezier, inspiratie en opwinding werden sterker gevoeld door de personen die een persoonlijk een relatie hebben met de Holocaust.

Emoties als motivatie voor bezoek

In het onderzoek werd respondenten ook nog gevraagd om 1 emotie te selecteren die zij verwachten het sterkst te voelen bij een bezoek aan een concentratiekamp. De emoties die het vaakst genoemd werden waren afkeer, schok, medeleven en verdriet. Welke emotie genoemd werd had geen invloed op de intentie om een kamp te bezoeken.

Emoties en het perspectief van de daders of van de slachtoffers

De respondenten werd ook gevraagd om aan te geven waarom zij verwachten een bepaalde emotie heel sterk te voelen bij een bezoek aan een concentratiekamp. Sommige mensen refereerden hierbij vooral naar het standpunt van de slachtoffers terwijl andere mensen eerder aan de daders dachten. Dit had een invloed op de emoties die gerapporteerd werden. Mensen die vooral dachten aan de slachtoffers noemde vooral medeleven, respect, afkeer en verdriet. Mensen die de kwestie meer vanuit de daders bekeken refereerden naar emoties als afkeer, verdriet en schok.

Motivaties voor bezoek aan concentratiekamp

Nederlanders gaven in dit onderzoek ook aan in hoeverre 20 redenen voor hen al dan niet een motivatie waren voor een bezoek aan een concentratiekamp. Deze 20 redenen zijn samen te vatten in drie hoofdcategorieën: “herinnering”, “kennis en bewustzijn” en “exclusiviteit”. De specifieke redenen die het meest gegeven werden als motivatie voor een bezoek waren dat een dergelijke vreselijke gebeurtenis nooit meer mag gebeuren, dat men wilde begrijpen wat er gebeurd was en uit medeleven voor de slachtoffers. Het kennen van iemand die slachtoffer was van de Holocaust werd weinig genoemd als reden voor bezoek.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationale dodenherdenking	2015	Nederlanders	EenVandaag	EenVandaag Opiniepanel			

Onderzoeksopzet
Aan dit onderzoek deden 22.314 leden van het EenVandaag Opiniepanel mee en 1174 leden van het 1V Jongerenpanel. Zij beantwoordden vragenlijsten op basis van een online onderzoek. Het onderzoek vond plaats van 24 april tot en met 4 mei 2015.

Brede steun voor vorm jaarlijkse dodenherdenking
Ruim driekwart (78%) vindt dat de dodenherdenking moet blijven zoals het is, met de kranslegging op de Dam en twee minuten stilte om 20.00 uur. Bovendien vindt 85 procent dat de Nationale Dodenherdenking jaarlijks behouden moet blijven, ook als iedereen die de Tweede Wereldoorlog heeft meegemaakt is overleden. Ook jongeren steunen de manier waarop in Nederland oorlogsslachtoffers worden herdacht. Van zeven op de tien (71%) van hen mag de dodenherdenking blijven hoe het nu is, 17 procent vindt de huidige vorm achterhaald. In tegenstelling tot ouderen, die de oorlog vooral kennen door ervaringen van familie, hebben jongeren hun kennis over de oorlog en het belang van herdenken vooral opgedaan op school, en uit boeken, films en series.

Zowel ouderen als jongeren 2 minuten stil
Bijna negen op de tien (88%) deelnemers gaat zelf twee minuten stilte houden. Zij denken dan vooral aan slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog, maar bijna de helft denkt ook aan slachtoffers van andere oorlogen, en drie op de tien grijpt het moment aan te denken aan familie of kennissen die de oorlog hebben meegemaakt. De belangrijkste redenen om twee minuten stil te zijn, zijn uit respect voor slachtoffers en overlevenden van de oorlog. Een andere reden die door zowel ouderen als jongeren wordt genoemd is dat mensen door te herdenken aan de buitenwereld laten zien dat een nieuwe oorlog voorkomen moet worden.

Vrede in Nederland meer gewaardeerd
Acht op de tien (80%) waarderen vrede in Nederland meer door de huidige internationale conflicten, zoals de opkomst van IS en de situatie in Oekraine. Zeven op de tien (71%) maken zich zorgen over de invloed van die conflicten op de vrede in Nederland. Een derde (32%) van de deelnemers is zelfs bang voor het uitbreken van een nieuwe wereldoorlog.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Publieks-onderzoek 70 Jaar Vrijheid	2015	Nederlanders	Foundation Liberation Route Europe, De Gelderlander en de Stichting Musea en Herinneringscentra 40-45	Paulina Schmitz (Universiteit Wageningen/research trainee Bureau BUITEN)			

Onderzoeksopzet
Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Liberation Route Europe, de Gelderlander en de Stichting Musea en Herinneringscentra 40-45. De Gelderlander heeft, omdat Nederland in 2015 70 jaar bevrijd was, een speciale bijlage gepubliceerd over de betekenis van herdenken en vrijheid nu en in het verleden. Deze bijlage was de aanzet voor dit onderzoek. Het doel van de survey was om meer te weten te komen over de percepties en gedragingen van Nederlanders over 70 jaar Bevrijding, vrijheid en herdenking van de Tweede Wereldoorlog in het algemeen. De vragenlijst is op zaterdag 2 mei 2015 geprint in diverse regionale kranten (in totaal 650.000 keer). De vragenlijst is ook via sociale media verspreid en de respondenten konden de vragenlijst dus ook online invullen. Omdat de gegevens dus vooral via specifieke kanalen zijn verzameld zijn ze niet per definitie representatief voor de Nederlandse bevolking. In totaal hebben ongeveer 1350 mensen, voornamelijk uit Gelderland en Noord-Brabant, de vragenlijst ingevuld. Relatief veel mannen (ongeveer twee-derde) hebben de vragenlijst ingevuld en 65% van de respondenten was ouder dan 50 jaar.

Tweede Wereldoorlog nog steeds relevant
Een grote meerderheid vindt dat het belangrijk is dat volgende generaties leren wat er gebeurd is in de Tweede Wereldoorlog en vinden het belangrijk om de herdenking van de Tweede Wereldoorlog levend te houden. Ook het herdenken van de slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog en het vieren van vrijheid wordt heel belangrijk gevonden. Een meerderheid van de respondenten geeft aan geïnteresseerd te zijn in geschiedenis en in de vrije tijd meer te willen leren over de geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. Er worden geen grote verschillen gevonden in dit onderzoek tussen mannen en vrouwen. Jongeren (onder de 25) lijken minder geïnteresseerd in oorlog in het algemeen en de Tweede Wereldoorlog in het bijzonder.

Bekendheid organisaties
De meerderheid van de respondenten (79%) kent het Nationaal Comité 4 en 5 mei en het Anne Frank Huis en weten ook wat deze organisaties doen. Bij het NIOD is dit 45 % en bij Liberation Route Europe 34%. Een minderheid van de respondenten weet wat het vfonds en STIWOT doen. Mensen met weinig interesse in geschiedenis kennen de organisaties minder goed dan mensen met veel interesse in geschiedenis.

Bezoek websites Tweede Wereldoorlog
In het onderzoek is ook in kaart gebracht in welke mate de respondenten bepaalde websites over de oorlog bezocht hebben. Relatief vaak bezocht zijn de websites van www.liberationroute.nl, www.oorlogsmusea.nl en www.4en5mei.nl. Deze websites zijn respectievelijk door 32%, 37% en 40% van de respondenten bezocht. De websites

www.vfonds.nl en www.tracesofwar.nl zijn het minst vaak bezocht (door minder dan 10% van de respondenten).

Activiteiten rondom Tweede Wereldoorlog

De meeste respondenten (93%) geven aan minimaal één keer een begraafplaats gerelateerd aan de Tweede Wereldoorlog te hebben bezocht. Ook heeft ongeveer de helft van de respondenten minimaal één keer het Airborne Museum Hartenstein, het Herinneringscentrum Kamp Westerbork, het Nationaal Bevrijdingsmuseum 1944-1945, het oorlogsmuseum Overloon en het Anne Frank Huis bezocht. Een kleine minderheid (minder dan 20%) heeft het Bevrijdingsmuseum 'Routes of Liberation', een audio spot van de Liberation Route, het Bevrijdingsmuseum Zeeland, de Hollandsche Schouwburg, Nationaal Monument Kamp Amersfoort, Museum Rotterdam '40-'45 NU of het Verzetsmuseum Amsterdam bezocht. Het is belangrijk om wel te realiseren dat deze vragenlijst vooral is ingevuld door mensen die in Gelderland en Noord-Brabant wonen en dat dit invloed kan hebben op welke musea bezocht worden.

Kennis Tweede Wereldoorlog

Ongeveer tweederde van de respondenten vindt dat ze redelijk geïnformeerd zijn over wat er tijdens de Tweede Wereldoorlog in Nederland gebeurde, wat betreft ontwikkelingen in Europa is dit iets meer dan de helft en ongeveer een derde geeft aan redelijk tot goed geïnformeerd te zijn omtrent de gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog buiten Europa. De interesse in wat er tijdens de Tweede Wereldoorlog gebeurd is, is groot onder de respondenten. Meer dan 80 procent van de respondenten is (heel) geïnteresseerd in wat er in Nederland en in Europa gebeurde tijdens de Tweede Wereldoorlog. Voor buiten Europa is dit 68%. Respondenten geven aan vooral veel geleerd te hebben over de Tweede Wereldoorlog door films/TV en boeken. Werk en collega's worden hier het minst belangrijk gevonden.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Herdenken en vieren in Nederland	2015	Gemeenten + organisatoren van herdenkingen en vieringen	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Jaarlijks wordt in Nederland een groot aantal herdenkingen en vieringen georganiseerd waarbij verschillende partijen betrokken zijn. Dit onderzoek brengt in kaart hoe gemeenten, 4 en 5 mei comités, Oranjeverenigingen en andere organisaties overal in het land herdenkingen en vieringen organiseren. Wat organiseren ze en met welke partijen werken ze samen? Hoe zijn de besturen samengesteld? Welke problemen ondervinden zij bij de organisatie van herdenkingen en vieringen en welke rol zien zij voor het Nationaal Comité 4 en 5 mei weggelegd als ondersteunde partij? Het onderzoek is online uitgevoerd in de periode van 13 oktober tot en met 4 november 2015. Voor het onderzoek zijn in totaal 393 gemeenten en 862 organisaties benaderd. Van de benaderde gemeenten hebben 135 gemeenten deelgenomen aan het onderzoek (respons 34%). Van de benaderde organisaties hebben 377 organisaties deelgenomen (respons 44%).

Organiserende partijen
In vrijwel iedere Nederlandse gemeente wordt een herdenking of viering georganiseerd. In ruim twee derde van alle gemeenten is een 4 en 5 mei comité bij de organisatie van een herdenking en/of viering betrokken. Naast de comités spelen gemeenten een prominente rol bij de organisatie van herdenkingen en vieringen in Nederland, want in zes op de tien Nederlandse gemeenten is de gemeente bij de organisatie ervan betrokken. Van de Oranjeverenigingen -verantwoordelijk voor de organisatie van bijna alle activiteiten op Koningsdag- is ruim een derde betrokken bij de organisatie van een herdenking of viering.

Lang zittende bestuursleden
Veel bestuursleden zitten al langer dan tien jaar in het bestuur. Dit is het geval bij zes op de tien besturen van Oranjeverenigingen en ‘andere organisaties’ die bij de organisatie van herdenkingen en vieringen betrokken zijn. Bij 4 en 5 mei comités is de helft van de bestuursleden langer dan tien jaar betrokken bij het bestuur. Hier tegenover staat een minimale aanwas: bijna geen enkele van de drie genoemde organisatie typen heeft bestuursleden die korter dan een jaar lid zijn.

Oranjeverenigingen zijn belangrijk voor de organisatie van activiteiten op 5 mei
Organisaties beperken zich niet tot de organisatie van één herdenking of viering. In zes op de tien gemeenten wordt meer dan één herdenking georganiseerd. Dit is in grote gemeenten vaker het geval dan in kleine gemeenten. In bijna negen op de tien Nederlandse gemeenten wordt op 4 mei een herdenking georganiseerd. Ongeveer één op de tien gemeenten organiseert ook een herdenking op een andere datum dan 4 mei. Hierin is een verschil te zien tussen de ondervraagde organisaties: zo houden 4 en 5 mei comités zich vooral met herdenkingen op 4 mei bezig (98%) en Oranjeverenigingen vooral met de organisatie van activiteiten op Koningsdag (92%). Bij de organisatie van de viering op 5 mei zijn beide partijen betrokken: zo houdt 27% van de 4 en 5 mei comités zich hiermee bezig en 51% van de Oranjecomités.

Ondersteuning van andere partijen
Subsidie van de gemeente is de meest voorkomende vorm van ondersteuning, gevolgd door personele en/of materiële ondersteuning door muziekverenigingen, zangkoren, scholen, de scouting en religieuze organisaties. De verstrekker van de ondersteuning verschilt per organisatie: zo ontvangen 4 en 5 mei comités en Oranjeverenigingen relatief vaak subsidie van de gemeente (respectievelijk 78% en 82%) terwijl Oranjeverenigingen relatief weinig ondersteuning van scholen ontvangen.

Wat gaat goed en minder goed?
De organiserende partijen ervaren weinig problemen met toe- of afnemende bezoekersaantallen. Ook de samenstelling van het programma wordt door weinig organisaties als probleem ervaren. Dit geldt ook voor het genereren van publiciteit en het op de been brengen van praktische personele en materiële ondersteuning. Schoolvakanties in de mei-periode, het vinden van nieuwe bestuursleden, vrijwilligers, het rondkrijgen van de financiën en de betrokkenheid van verschillende generaties worden wel door veel organisaties als knelpunt ervaren.

Is de continuïteit van de besturen voldoende gewaarborgd?
Het vinden van nieuwe bestuursleden wordt door veel organisaties als probleem ervaren (56%). Hoewel deze constatering op dit moment voor veel organisaties nog geen acuut probleem is, kan dit wel een probleem worden in de toekomst. Immers: de zestiger van nu is nog vitaal en beschikt over een flinke dosis bestuurservaring en relevant netwerk. Het wegvallen van deze groep ervaren bestuurders kan in de nabije toekomst voor een vacuüm zorgen. De vraag die het onderzoek opwerpt is dus: zijn organisaties voldoende voorbereid op het wegvallen van deze groep betrokkenen?

Welke ondersteuning kan het Nationaal Comité 4 en 5 mei bieden?
Uit het onderzoek blijkt dat veel organisaties relevante informatie van de website van het Nationaal Comité halen (65%) en dat veel organisaties inhaken op het jaarthema (63%). Daarnaast worden het *NC Magazine* (43%), het promotiemateriaal (34%) en bijeenkomsten (31%) redelijk vaak gebruikt. Op de (open) vraag welke toekomstige vormen van ondersteuning men verwacht, antwoorde 20% van de 4 en 5 comités dat het jaarthema eerder bekend moet worden.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2015	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Sinds 2001 voert Veldkamp in opdracht van het Nationaal Comité 4 en 5 mei het Nationaal Vrijheidsonderzoek uit. Dit onderzoek is opgezet om de beleving van Nederlanders ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Deze beleving kan in de loop der tijd veranderen. De Tweede Wereldoorlog ligt immers achter ons en jongere generaties hebben geen eigen herinneringen meer aan de Tweede Wereldoorlog. Willen 4 en 5 mei een duidelijke plaats behouden in onze samenleving, dan moeten deze dagen blijven aansluiten bij de beleving van de burgers. In dit onderzoek wordt ingegaan op het draagvlak voor de jaarlijkse Nationale Herdenking op 4 mei en de viering van de Nationale Bevrijding op 5 mei. Naast de vaste monitorvragen die jaarlijks worden gesteld, zijn dit jaar vragen gesteld die zijn gebaseerd op de toekomstvisie van het Nationaal Comité 4 en 5 mei '*Kom vanavond met verhalen … herdenken, vieren en herinneren*'. De beleving, houding en het draagvlak ten aanzien van 4 en 5 mei is in kaart gebracht met een online enquête onder 969 burgers van 13 jaar en ouder. Het veldwerk voor deze enquête is uitgevoerd in de periode van 2 tot en met 10 februari 2014.

Men vindt 4 mei minder vaak 'heel belangrijk'
Het draagvlak voor de jaarlijkse dodenherdenking op 4 mei was lange tijd groot en stabiel: circa 80 procent vond de dodenherdenking belangrijk of heel belangrijk. In de laatste drie metingen zien we echter een verandering. Hoewel het gecombineerde percentage 'belangrijk' en 'heel belangrijk' dit jaar wederom op 79 procent ligt, neemt het percentage 'heel belangrijk' af. In 2012 lag dit percentage nog op 50 procent, nu vindt 37 procent 4 mei nog 'heel belangrijk'. Het is onzeker of deze daling structureel of tijdelijk van aard is, alleen toekomstige metingen kunnen dit uitwijzen. Opvallend is dat de daling van het belang van de dodenherdenking zich voordoet in een periode waarin veel Nederlanders zich zorgen maken over oorlogen en conflicten: de zorgen over terrorisme waren sinds 2005 niet meer zo groot. De huidige meting vond plaats kort na de aanslagen in Parijs op 7 januari 2015, de oorlog in Oekraïne (sinds april 2014) en ontvoeringen en executies van Islamitische Staat die in deze periode veel aandacht in de media kregen. Deze oorlogen en conflicten vormen dan ook voor veel Nederlanders de primaire associatie bij de term 'oorlog'. De Tweede Wereldoorlog is in de laatste tien jaar voor steeds minder Nederlanders het eerste waar ze aan denken bij de term 'oorlog': In 2005 was dit nog bij 51 procent de primaire associatie, nu geldt dit nog voor 22 procent. Het is mogelijk dat doordat de Tweede Wereldoorlog een minder prominente plek inneemt in de hoofden van mensen, ook het draagvlak voor de dodenherdenking afneemt. We zien bij het belang van de dodenherdenking een groot verschil tussen leeftijdsgroepen: van de 65 plussers vindt 51 procent 4 mei 'heel belangrijk', bij de 13-17 jarigen is dit percentage slechts 16 procent. De dodenherdenking wordt vooral relevant gevonden voor mensen die in de Tweede Wereldoorlog dierbaren hebben verloren of zelf de Tweede Wereldoorlog hebben meegemaakt. De relevantie voor jongere generaties is minder duidelijk. In tegenstelling tot 65-plussers, vinden zij het minst vaak belangrijk voor zichzelf (33 procent van de 65-plussers en 11 procent van de 13- tot en met 17-jarigen vinden het belangrijk voor zichzelf). Tegelijkertijd zien we in de resultaten dat men *niet* vindt dat de dodenherdenking aan betekenis verliest naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter ons ligt. Hier is zelfs sprake van een trend: de groep die vindt dat 4 mei aan betekenis inboet, wordt elk jaar kleiner.

Hoe is deze uitkomst te verklaren? Er zijn twee mogelijke interpretaties. De eerste interpretatie is dat men vindt dat dodenherdenking belangrijk blijft, ook al is de Tweede Wereldoorlog al lang geleden. Een andere mogelijke interpretatie is dat steeds meer mensen de betekenis van 4 mei loskoppelen van de Tweede Wereldoorlog en de relevantie van 4 mei ontlenen aan andere, meer actuele zaken. Dit zien we terug bij het grote percentage dat tijdens de dodenherdenking niet alleen aan Nederlandse slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog denkt, maar aan de slachtoffers uit de hele wereld, van alle oorlogen.

Toekomstige ontwikkelingen: de Tweede Wereldoorlog meer centraal stellen

Een van de belangrijkste doelstellingen van het Nationaal Comité is richting, inhoud en vorm geven aan herdenken en vieren. Het comité heeft zich dit jaar specifiek gericht op de vraag hoe de dodenherdenking en viering van de bevrijding zich in de toekomst moeten ontwikkelen. Volgens de toekomstvisie dient de aandacht op 4 mei de komende jaren nadrukkelijker te worden gericht op de gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog. Aan het Nederlands publiek is naar de opvatting hierover gevraagd. De reacties zijn verdeeld: 42 procent van de Nederlanders is het (helemaal) eens met dit idee, terwijl 22 procent van de Nederlanders het hier (helemaal) niet mee eens is. De rest neemt een tussenpositie in (32 procent) of heeft geen mening (4 procent).

Voor- en tegenstanders

Voorstanders van het meer centraal stellen van de Tweede Wereldoorlog geven hiervoor als redenen dat de boodschap ‘dit nooit meer’ zo doorgegeven kan worden aan volgende generaties, dat de Tweede Wereldoorlog een grote invloed heeft gehad op onze geschiedenis en dat veel mensen in deze oorlog hun leven hebben gegeven voor onze vrijheid. De tegenstanders vinden dat de dodenherdenking ook over de slachtoffers van andere oorlogen zou moeten gaan. Ook vrezen de tegenstanders dat gezien het feit dat de Tweede Wereldoorlog inmiddels lang geleden is, de dodenherdenking niet zal blijven leven onder de bevolking. Met name 65-plussers (53 procent) en lager opgeleiden (45 procent) zijn voorstanders van een meer centrale plaats van de Tweede Wereldoorlog tijdens de dodenherdenking op 4 mei. Jongeren van 13- tot en met 17 jaar (37 procent is voorstander) en hoger opgeleiden (35 procent is voorstander) zijn hier kritischer over. Het centraler stellen van de Tweede Wereldoorlog vormt dus met name een risico voor het draagvlak onder deze groep jongeren. Voor deze groep zou een bredere herdenking, met meer aandacht voor huidige oorlogen en conflicten, wellicht voor meer draagvlak zorgen. Wanneer de Tweede Wereldoorlog centraal wordt gesteld, is het met name bij deze groep - maar wellicht ook bij andere leeftijdsgroepen - van belang de relevantie duidelijk te maken van de gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog voor vrijheid en oorlog in de tegenwoordige tijd. *Als* gebeurtenissen tijdens de Tweede Wereldoorlog meer centraal zouden worden gesteld, dan vindt men dat er vooral aandacht moet zijn voor de Jodenvervolging, de Hongerwinter en de bombardementen op Nederlandse steden. In internationaal opzicht vindt men aandacht voor de Holocaust, D-Day en de atoombommen op Hiroshima en Nagasaki op zijn plaats. Nederlanders zijn verdeeld over het herdenken van daders: ruim een kwart vindt dit goed, bijna de helft niet en nog een kwart weet het niet. Het herdenken van zwarte bladzijden uit onze eigen geschiedenis vindt men niet op zijn plaats op 4 mei, maar wellicht wel op een ander moment.

Het merendeel staat stil bij 4 mei

Negen op de tien Nederlanders staan stil bij de jaarlijkse dodenherdenking. Het overgrote deel van hen neemt de 2 minuten stilte in acht. Dit onderdeel vindt men ook het meest

aansprekende onderdeel van de Nationale herdenking op de Dam in Amsterdam. Ook aansprekend vindt men het spelen van het Nederlandse volkslied, de aanwezigheid van het Koninklijk huis, de kranslegging en de militaire aanwezigheid. Het voordragen van gedichten en een lezing vindt men minder aansprekend. Opvallend is dat alle onderdelen van de dodenherdenking minder aansprekend worden gevonden door jongeren (van 13- tot en met 24 jaar) dan door ouderen (65-plus). Dit geldt ook voor de andere herdenkingsactiviteiten zoals het herdenkingsconcert, het ophalen van het bevrijdingsvuur of de openstelling van musea. Aan mensen is ook gevraagd om suggesties te doen voor veranderingen voor de Nationale herdenking op de Dam. Deze vallen in drie categorieën uiteen:

- **Verjongen**: het betrekken van jongeren bij de organisatie, op een jonger publiek richten, meer verschillende leeftijden betrekken, en dergelijke.
- **Vernieuwen**: minder formeel, meer voor en door mensen zelf, meer audiovisueel, andere locatie, meer emotie, en dergelijke.
- **Verbreden**: minder historie, de verbinding met actualiteit leggen, voorkomen van een volgende oorlog, verhalen van jongens en meiden die nu voor vrijheid strijden, en dergelijke.

Ook 5 mei vindt men minder vaak 'heel belangrijk'

Net als bij 4 mei, is ook bij 5 mei een afname te zien van het percentage dat deze viering 'heel belangrijk' vindt, terwijl het totaal (belangrijk en heel belangrijk samen) constant blijft. Ook hier zien we dat mensen van 65 jaar en ouder meer belang hechten aan 5 mei dan jongeren in de leeftijd van 13 tot en met 24 jaar. De reden om 5 mei belangrijk te vinden ligt eerder in het vieren van de vrijheid dan in het vieren van de bevrijding van het Koninkrijk der Nederlanden. In de laatste jaren zien we dat meer mensen 'de vrijheid' vieren en minder mensen de 'bevrijding'. Opvallend is dat 65-plussers vaker dan mensen die jonger zijn 'vrijheid' vieren. Ruim zes op de tien Nederlanders vinden dat 5 mei ieder jaar een vrije dag zou moeten zijn voor alle werkende Nederlanders. Als daar een dag voor zou moeten worden ingeleverd, kiest een derde voor Goede Vrijdag. Een even groot deel van de Nederlanders zou geen van de bestaande vrije dagen willen inleveren voor een jaarlijkse vrije dag op 5 mei. Ruim acht op de tien Nederlanders staan stil bij de viering op 5 mei. Het merendeel staat stil bij 5 mei door de viering op de televisie, radio of online te volgen. De Bevrijdingsfestivals en het ontsteken van het vrijheidsvuur worden door een ruime meerderheid als meest aansprekende onderdelen van 5 mei genoemd. Activiteiten in de eigen woonplaats, het 5 mei concert, andere concerten, museumbezoek en ontmoetingen met veteranen worden door een krappe meerderheid als (heel) aansprekend gevonden.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
De Nederlandse belangstelling voor de Tweede Wereldoorlog	2015	Nederlanders (algemeen publiek) + belangstellenden in oorlog en/of geschiedenis + studenten & docenten + professionele intermediairs	Kenniscentrum Oorlogsbronnen	TNS NIPO			

Onderzoeksopzet
Om goed zicht te krijgen op de huidige belangstelling voor de Tweede Wereldoorlog en op de manieren waarop burgers zich daarover informeren heeft het Kenniscentrum Oorlogsbronnen het initiatief genomen voor een publieksonderzoek in nauwe samenwerking met TNS NIPO. Daartoe is allereerst in december 2014 een groep van meer dan 80.000 respondenten beknopt bevraagd over hun mogelijke interesse in geschiedenis en/of oorlog. Op basis hiervan werd vervolgens in februari 2015 zowel een selectie van belangstellenden als een algemeen publiek benaderd voor een meer uitgebreide schriftelijke bevraging over specifieke aspecten van hun interesse in en informatievoorziening over de Tweede Wereldoorlog. Naast de tot de belangstellenden behorende scholieren en allochtone respondenten werden hierbij ook specifieke groepen studenten en docenten bevraagd. In aanvulling op dit kwantitatieve onderzoek vond daarnaast een meer kleinschalig kwalitatief onderzoek plaats, eveneens uitgevoerd door TNS NIPO. Om nader vast te stellen hoe bepaalde groepen zich interesseren voor onderwerpen met betrekking tot de Tweede Wereldoorlog en dieper inzicht te krijgen in hoe zij informatie bijeenbrengen en waarderen, werden in maart en april 2015 individuele telefonische interviews afgenomen bij geïnteresseerde volwassenen, docenten en professionele intermediairs en vonden groepsgesprekken plaats met geïnteresseerde jongeren.

De Tweede Wereldoorlog nog altijd actueel
Nog altijd is de Tweede Wereldoorlog levende geschiedenis in de Nederlandse samenleving. Uit dit onderzoek komt duidelijk naar voren dat belangstelling voor dit historische conflict breed gedeeld wordt: 85% van de Nederlandse respondenten is van mening dat de Tweede Wereldoorlog niet alleen relevant is voor mensen die de oorlog hebben meegemaakt, maar ook voor de naoorlogse generaties. 70% van de respondenten vindt dat kennis over de Tweede Wereldoorlog helpt om de huidige wereld beter te begrijpen. Zeker 39% van de Nederlanders geeft expliciet aan geïnteresseerd te zijn in de Tweede Wereldoorlog. Die interesse is niet uitsluitend aanwezig bij degenen die deze oorlog uit eigen ervaring kennen of relatief kort na de oorlog zijn geboren.

Belangrijkste thema: Jodenvervolging
De Tweede Wereldoorlog wordt anno 2015 in sterke mate geassocieerd met de thematiek van de Jodenvervolging, zowel door jongere als oudere ondervraagden. Wanneer de blik wordt gericht op respondenten die hebben aangegeven interesse te hebben in de – als iets ruimer op te vatten – thema's geschiedenis en/of oorlog (circa 20% van de Nederlanders) zijn er naast Jodenvervolging ook enkele andere thema's die in sterke mate hun belangstelling hebben: verzet, dagelijks leven en militaire geschiedenis. Aangezien dergelijke thema's op uiteenlopende wijze ingekaderd kunnen worden, is ook gevraagd naar voorkeuren wat betreft

het perspectief op deze oorlogsthema's. Daaruit blijkt dat de voorkeur zich vooral richt op het nationale en het internationale perspectief. Daarbij is er vooral voor de oorlogservaringen van gewone mensen, slachtoffers en bevrijders grote interesse.

Mannen en vrouwen
De zwaartepunten in de oorlogsgerelateerde belangstelling zijn niet altijd in gelijke mate aanwezig onder de verschillende groepen die onderscheiden kunnen worden binnen de onderzoekspopulatie. Met name het verschil in interesse tussen mannen en vrouwen springt naar voren uit de bestudering van de reacties van de respondenten. Zo geven vrouwelijke respondenten aan meer interesse te hebben in de geschiedenis van de Jodenvervolging evenals in de ervaringen van slachtoffers. Bovendien tonen ze een bovengemiddelde belangstelling voor familiegeschiedenissen. De interesse van mannelijke respondenten is sterker gericht op militaire aspecten en op historische leiders, zoals Hitler, Churchill en Stalin. Uit het kwalitatieve deel van het verrichte onderzoek blijkt evenwel dat ook de lotgevallen van gewone mensen op ruime belangstelling kunnen rekenen.

Belangstelling niet-westerse allochtonen weinig afwijkend
De interesse in de Tweede Wereldoorlog onder de bevraagde niet-westerse allochtonen verschilt niet veel van andere bevraagde respondenten in Nederland. Hun belangstelling voor de internationale dimensie van dit conflict was evenwel sterker.

Jongeren: associatie Tweede Wereldoorlog met Adolf Hitler en Anne Frank
Speciale aandacht werd daarnaast in dit onderzoek besteed aan de opvattingen en activiteiten inzake (informatie over) de Tweede Wereldoorlog van respectievelijk jongeren, studenten en docenten. Daaruit kwamen enkele eigen karakteristieken naar voren. Een voorbeeld daarvan is de constatering dat jongeren het begrip oorlog minder sterk dan andere Nederlanders koppelen aan de Tweede Wereldoorlog. Wanneer jongeren de Tweede Wereldoorlog in gedachten hebben, blijken ze bovenal aan Adolf Hitler (81%) te denken – maar ook Anne Frank trekt in belangrijke mate de aandacht (43%). Jongeren identificeren zich meer dan eens met de vervolgden, hetgeen niet wegneemt dat ze ook geïntrigeerd zijn door Hitler. De gesignaleerde sterke associatie met Adolf Hitler doet zich eveneens voor onder studenten (54%) en onder docenten geschiedenis (72%).

Docenten geschiedenis zoeken vaak buiten lesmethode naar informatie
Vanuit hun achtergrond en ervaring denken docenten geschiedenis in het middelbaar onderwijs, in vergelijking met andere onderzochte groepen, bij het horen van het begrip 'Tweede Wereldoorlog' aan een bredere variatie aan specifieke oorlogsonderwerpen. Voorbeelden hiervan zijn deportaties, bombardementen, verzet, Asmogendheden en nationaalsocialisme. De beschikbare onderwijstijd voldoet niet steeds aan hun hiermee verbonden wens om meer aspecten van de oorlog te behandelen. Een enigszins vergelijkbare vorm van variatie blijkt ook uit het gegeven dat 82% van deze docenten naast de op hun school gehanteerde lesmethoden ook andere bronnen van informatie zoekt over deze oorlog. Documentaires blijken het meest populair, en deze vertolkingsvorm wordt qua populariteit gevolgd door tentoonstellingen en het internet.

Documentaires belangrijkste informatiebron voor het algemene publiek
Indien we kijken naar de volwassen respondenten uit het algemene publiek dan geven zij aan dat documentaires op televisie voor hen de belangrijkste bron van informatie vormen over de Tweede Wereldoorlog. Naast deze documentaires worden historische films en series genoemd

als belangrijke bron, gevolgd door familieverhalen en persoonlijke gesprekken. Geschiedenisboeken nemen als bron een relatief bescheiden positie in. Dat is anders bij de zogeheten primaire doelgroep (degenen die eerder aangaven in geschiedenis en/of oorlog geïnteresseerd te zijn). Ook hun kennis over de Tweede Wereldoorlog wordt in belangrijke mate gekoppeld aan documentaires op televisie, maar daarna komen, op enige afstand, geschiedenisboeken en vervolgens exposities. Een bescheiden 13% van de primaire doelgroep rekent archieven tot de belangrijkste bronnen van de historische oorlogskennis. Wanneer rekening wordt gehouden met opleidingsniveaus blijken geschiedenisboeken voor laagopgeleiden minder vaak dan gemiddeld een belangrijke bron, terwijl hoogopgeleiden aangeven dat geschiedenisboeken en documentaires voor hen de belangrijkste bron zijn. Respondenten spreken de verwachting uit dat documentaires een belangrijke bron zullen blijven, maar dat internet aan belang zal winnen.

Verschil inspiratie- en informatiebronnen

Waar we bij geïnteresseerde volwassenen een duidelijk onderscheid kunnen maken tussen inspiratiebronnen (bijvoorbeeld verhalen uit de directe omgeving) en informatiebronnen (bijvoorbeeld geschiedenisboeken), kunnen we dit onderscheid bij geïnteresseerde jongeren nauwelijks maken. Informatiebronnen zijn voor hen tegelijkertijd inspiratiebronnen en andersom. Internet wordt zowel door volwassenen als jongeren vooral benut als informatiebron.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Onderzoek Nationale Dodenherdenking	2015	Bezoekers Nationale + niet-bezoekers Dodenherdenking	Nationaal Comité 4 en 5 mei	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht			

Onderzoeksopzet
Op 4 mei 2015 heeft een onderzoek plaatsgevonden onder de bezoekers van de Nationale Dodenherdenking op de Dam in Amsterdam. Doel was te onderzoeken wat het effect was van nationale herdenkingen op onder andere gevoelens van nationale verbondenheid. In totaal hebben 745 mensen aan dit onderzoek meegewerkt.

Profiel bezoekers
De bezoekers van de Nationale Dodenherdenking zijn relatief hoogopgeleid. Er staan bezoekers van alle leeftijd op de Dam (gemiddelde leeftijd = 39, standaard deviatie = 17.08). De meeste bezoekers hebben zelf een oorlog meegemaakt of kennen iemand die persoonlijk een oorlog meegemaakt heeft. Meer dan een derde van de bezoekers gaf aan nog niet eerder een herdenkingsbijeenkomst bijgewoond te hebben. Meer dan een kwart van de bezoekers moest meer dan 100 kilometer reizen om de Nationale Dodenherdenking op de Dam bij te kunnen wonen.

Bezoekersmotieven
De meeste bezoekers hebben een inhoudelijke reden om de Nationale Dodenherdenking bij te wonen. Zo worden interesse in de Tweede Wereldoorlog, respect tonen voor oorlogsslachtoffers, respect tonen voor veteranen en belang 4 mei vaak genoemd als reden om de dodenherdenking bij te wonen. De meest genoemde niet-inhoudelijke reden om de Nationale Dodenherdenking bij te wonen is de aanwezigheid van de Koninklijke familie.

Breed en divers herdacht
Uit het onderzoek komt naar voren dat Nederlanders in het algemeen een brede kijk hebben op herdenken. Zo worden niet enkel Nederlandse oorlogsslachtoffers herdacht, maar herdenkt meer dan 70% van de bezoekers ook slachtoffers uit andere landen. Ook wordt niet enkel stilgestaan bij slachtoffers van de Tweede Wereldoorlog, maar 70% van de bezoekers herdenkt ook slachtoffers van andere oorlogen. Wat Nederlanders herdenken is niet altijd helemaal in overeenstemming is met het officiële memorandum. Er is bijvoorbeeld een substantiële groep (30%) die ook daders herdenkt op 4 mei.

Nationale Dodenherdenking zeer goed beoordeeld
De nationale Dodenherdenking wordt heel goed beoordeeld door de bezoekers. Vooral de twee minuten stilte wordt zeer positief beoordeeld (min.=0, max.=10, gemiddelde = 9.60). Ook alle andere onderdelen -de kranslegging, het spelen van het Nederlandse volkslied, het voordragen van gedichten, de lezing door een prominent persoon, de aanwezigheid van het Koninklijk huis en de militaire aanwezigheid- worden hoog gewaardeerd (met minimaal een 7.3).

Nationale dagen en nationale verbondenheid

Eerder onderzoek toonde vaak aan dat gevoelens van nationale verbondenheid en participatie in nationale dagen positief aan elkaar gerelateerd zijn. De vraag is echter of gevoelens van nationale verbondenheid verhoogd worden door het bezoeken van een nationale herdenking (verhoging-effect) of dat mensen die zich sterker verbonden voelen met Nederland vaker besluiten een herdenking bij te wonen (selectie-effect). In dit onderzoek zijn mensen bevraagd voordat de nationale ceremonie begon (n = 469), tijdens de Nationale Dodenherdenking (dit zijn dus mensen die de ceremonie niet bezocht hebben n = 50) en er zijn bezoekers na afloop bevraagd (n = 226). Hierdoor kon meer gezegd worden over de causaliteit van de relatie tussen gevoelens van nationale verbondenheid en participatie in nationale dagen. Het onderzoek toont aan dat er een selectie-effect bestaat: mensen die de Nationale Dodenherdenking bijwonen voelen zich sterker verbonden met Nederland dan mensen die besluiten dit niet te doen. Er werd geen bewijs gevonden voor de verhoging-hypothese: het is dus niet zo dat mensen na afloop van de ceremonie zich sterker verbonden voelen met Nederland in vergelijking met mensen die bevraagd zijn voordat de ceremonie begon.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2015	Algemeen publiek van 18 jaar en ouder + Jongeren van 13 t/m 17 jaar	Nationaal Comité 4 en 5 mei en Ministerie van Algemene Zaken	TNS NIPO onder begeleiding van de Dienst Publiek en Communicatie			

Onderzoeksopzet

Het Nationaal Comité 4 en 5 mei houdt zich bezig met het geven van richting, inhoud en vorm aan herdenken en vieren op 4 en 5 mei. Net als voorgaande jaren heeft het comité een campagne opgezet voor 4 en 5 mei. De campagne biedt context en geeft richting (inhoud) aan de herdenkingen en vieringen die in het hele land georganiseerd worden. Het gaat hierbij niet alleen om de Nationale Herdenking op de Dam die door het Nationaal Comité georganiseerd wordt en de activiteiten waar het Comité op 5 mei bij betrokken is, maar ook om alle herdenkingen en vieringen die door lokale comités in de dagen rondom 4 en 5 mei georganiseerd worden. De campagne richt zich primair op het algemeen publiek van 18 jaar en ouder. Daarnaast worden jongeren van 13 tot en met 17 jaar als secundaire doelgroep in de effectmeting betrokken. Net als de voorgaande jaren heeft de campagne in april en mei gelopen. Er is gebruik gemaakt van dezelfde TV-spot, radiospot en banners als voorgaande jaren. Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van het campagne-effectonderzoek voor campagnes met zendtijd van de Rijksoverheid. Dienst Publiek en Communicatie is verantwoordelijk voor deze methodiek en de benchmarks. Het bereik, de waardering en de boodschapoverdracht (als voorwaarden voor het realiseren van campagne-effecten) worden gemeten aan het einde van de looptijd van de campagne. De campagne-effecten worden gemeten door vergelijking van de situatie voorafgaand aan de campagne met de situatie na afloop van de campagne. Er zijn nog enkele andere middelen ingezet, die niet meegenomen zijn in het onderzoek. Hieronder vallen vlaggen die uitgedeeld zijn op scholen, een speciale Metro-editie. Ook zijn TV- en radiospots aangeboden aan lokale zenders.

Behaalde effecten

Kennis

Bijna alle burgers (92%) weten dat Dodenherdenking op 4 mei plaatsvindt en Bevrijdingsdag op 5 mei. Deze kennis is gestegen, waar de campagne een bijdrage aan geleverd heeft. We zien al enige jaren dat deze kennis hoog is, en tijdens de campagneperiode stijgt. Bij jongeren ligt het kennisniveau even hoog, al zien we een sterkere stijging tijdens de campagneperiode (van 78% (4 mei) en 81% (5 mei) naar 92%). De Nationale Dodenherdenking is volgens het Nationaal Comité bedoeld om 'Nederlandse oorlogsslachtoffers van de Tweede Wereldoorlog (hierna: WO II) te herdenken, maar ook van oorlogen en vredesoperaties daarna'. Van het algemeen publiek is 53% hiervan op de hoogte en geeft 36% aan dit zelf ook te herdenken (dat stijgt na de campagne naar 42%). Daarnaast geeft 40% aan 'alle slachtoffers uit de hele wereld van alle oorlogen' te herdenken. Opmerkelijk is dat we tijdens de campagneperiode een verschuiving zien in dit kennisniveau over wie er herdacht worden. Na de campagne denken meer mensen (ten onrechte) dat we alle oorlogsslachtoffers van enkel de Tweede Wereldoorlog herdenken (stijging van 13% naar 17%). Als we vragen wie men zelf herdenkt, noemt men na de campagne ook vaker de oorlogsslachtoffers van enkel de Tweede Wereldoorlog (stijging van 23% naar 30%). Al moet gezegd worden dat alle (oorlogs)slachtoffers die men herdenkt na de campagne vaker genoemd worden. Onder

jongeren zien een vergelijkbaar patroon, al is hun kennis over wie we officieel herdenken lager.

Houding

De campagne richt zich secundair ook op een aantal houdingaspecten. Het gaat dan met name om het belang van herdenken en vieren, hoe men er tegenover staat en of het behouden moet blijven. We kunnen concluderen dat er nog steeds veel draagvlak is voor het herdenken op 4 mei, en vieren op 5 mei. Als we kijken naar de doelstellingen op het gebied van houding, dan zijn deze behaald. Nog steeds vindt ruim acht tiende (82%) dat de Dodenherdenking moet blijven bestaan, ook als de generatie die de Tweede Wereldoorlog niet heeft meegemaakt, niet meer in leven is. Ook een ruime meerderheid (82%) vindt dat het vieren van de vrijheid moet blijven bestaan. Jongeren onderschrijven dit ook, maar in iets mindere mate (resp. 76% en 75%). Verschillende andere resultaten laten zien dat mensen herdenken en vieren nog altijd belangrijk vinden. Zo vindt 91% het belangrijk dat hun kinderen later begrijpen dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, en 79% dat ze later twee minuten stil zijn bij de Nationale Dodenherdenking. Men vindt daarnaast niet dat de Dodenherdenking minder betekenis heeft, naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter ons ligt. Dit draagvlak neemt toe tijdens de campagne (van 55% naar 61%). Ruim driekwart (77%) staat positief tegenover herdenken van oorlogsslachtoffers op 4 mei en 79% vindt dit ook belangrijk (ook voor mensen in hun omgeving (56%)). 74% staat positief tegenover het jaarlijks vieren van de vrijheid op 5 mei, en een even groot deel vindt dit belangrijk (ook voor mensen in hun omgeving (51%)). Men vindt Dodenherdenking en Bevrijdingsdag vooral belangrijk door verhalen van familie of vrienden over de Tweede Wereldoorlog. Bij de verantwoordelijkheid voor het in stand houden van het vieren en herdenken zien we een verschuiving. Meer mensen van het algemeen publiek vinden dat de verantwoordelijkheid evenveel bij de overheid als burgers ligt. Bij bijna alle resultaten op het gebied van houding zien we tijdens de campagneperiode weinig veranderingen. Dit betekent dat het belang van herdenken en vieren nog steeds onderschreven wordt. Op lange termijn zien we echter wel wat interessante verschuivingen in de houding. Zo neemt het algemeen belang van 4 en 5 mei de afgelopen jaren onder Nederlanders licht toe, vindt men herdenken en vieren (sinds 2012) steeds belangrijker voor zichzelf en is er een stijging in het bewustzijn van wat we op deze twee dagen doen. Tot slot valt op dat jongeren ook een positieve houding hebben ten aanzien van herdenken en vieren, enkel in iets minder mate.

Gedrag

89% van de burgers zegt dit jaar op 4 mei om 20:00 uur twee minuten stil te zijn geweest. Dit was vorig jaar ook geval. Van de jongeren zegt 83% stil te zijn geweest. Verder zegt ruim een kwart (27%) de vlag halfstok gehangen te hebben op 4 mei, vergelijkbaar met 2014 (32%). Opvallend is dat dit jaar meer mensen aangeven geen vlag te hebben (53%) dan in 2014 (45%). Naast de 2 minuten stilte geeft 51% aan op 5 mei te hebben gekeken naar de Dodenherdenking op de dam (op TV) en 23% naar de herdenking op de Waalsdorpervlakte. Ook onder de jongeren wordt de herdenking op het meest gevolgd via de televisie. De tweede gedragsdoelstelling is dat meer volwassenen actief deelnemen aan (vrijheids)festiviteiten op 5 mei. 14% geeft aan een bevrijdingsfestival te hebben bezocht, dat is een indicatieve stijging ten opzichte van 2014 (10%). Onder jongeren is het animo nog iets groter (17%). We merken hierbij wel op dat 5 mei dit jaar een Nationale vrije dag was (eens in de 5 jaar), waardoor meer mensen vrij waren dan de andere jaren en een festival konden bezoeken. Verder heeft 32% de vlag uitgehangen op 5 mei, en heeft 22% de TV-uitzending van het 5 mei concert bekeken. In totaal zegt 43% niet te hebben deelgenomen aan vrijheidsactiviteiten, onder

jongeren is dit 55%. Tijdens de campagne stijgt het aandeel mensen van het algemeen publiek dat een enkele of meerdere keren heeft gesproken over Dodenherdenking en/of Bevrijdingsdag. Deze stijging is zelfs groter onder jongeren. Bij beide groepen komt de stijging niet door de campagne.

Verschillen naar achtergrondkenmerken
Als we inzoomen op verschillen naar achtergrondkenmerken zien we in grote lijnen voornamelijk verschillen naar leeftijd en opleiding. Kort gezegd hebben ouderen en hoger opgeleiden meer kennis van de thematiek en hechten ze meer belang aan herdenken en vieren op 4 en 5 mei.

Communicatieve werking
De campagne 4 en 5 mei heeft een goede communicatieve werking, ondanks het relatief lage mediabudget. In totaal is 81% van het algemeen publiek door minimaal één van de campagnemiddelen bereikt (benchmark: 83%). Vorig jaar lag het bereik van de campagne op 87%, maar toen was er ook inzet van print. Onder jongeren ligt het bereik met 84% iets hoger dan het algemeen publiek. 47% weet zich de campagne (geholpen) te herinneren (48% van de jongeren). Ook dit is hoger dan de benchmark (43%). Het kan zijn dat de 'stiltespots' hier enige invloed op hebben gehad. Wanneer we vragen welke TV-spot men zich kan herinneren, noemen veel mensen de stiltespots, waarin bekende Nederlanders het belang van 4 en 5 mei benadrukken. Deze spots behoren echter niet direct tot deze campagne. De TV-spot heeft 70% van het algemeen publiek bereikt (BM:71%) en 74% van de jongeren. Opvallend is het hoge bereik van de radiospot. 54% heeft deze gehoord, terwijl het gemiddelde voor Rijksoverheidcampagnes op 45% ligt. Van de jongeren heeft 56% de radiospot gehoord. Ook hebben veel mensen de banners gezien (33%, BM: 24%). Deze hebben het helemaal goed gedaan onder jongeren (46%).

Website, slogan en logo
De website (www.4en5mei.nl) is bij 31% bekend, 4% heeft deze bezocht. Van de jongeren is 29% bekend met de website. Het logo van 4 en 5 mei betreft een afbeelding van een fakkel. Spontaan is dit bij 29% (van zowel de jongeren als het algemeen publiek) bekend. De geholpen bekendheid van het logo is zeer hoog, vrijwel iedereen (96%) geeft aan het logo gezien te hebben. Ook hanteert het Comité al enkele jaren de slogan 'Vrijheid. Geef je door'. De bekendheid van de slogan stijgt tijdens de campagne van 82% naar 88%. Van de jongeren is 83% bekend met de slogan.

Waardering en boodschapoverdracht
De campagne wordt goed gewaardeerd, namelijk met het rapportcijfer 7,6. Dit is hoger dan gemiddeld (7,3), en ook hoger dan vorig jaar (7,1). Deze hoge waardering is opvallend, aangezien we vorig jaar juist een daling zagen. De hoge waardering zien we terug bij alle campagnemiddelen. Jongeren geven een iets lagere, maar nog steeds een goede beoordeling. Als we inzoomen op de waardering op verschillende aspecten, dan scoort de campagne ook hier goed. Ten opzichte van het gemiddelde scoort de campagne vooral hoog op 'raakt me emotioneel', 'mooi', 'geloofwaardig' en 'niet irritant'. De campagne scoort minder goed op 'geeft nieuwe informatie', maar dat komt overeen met de insteek van de campagne. In vergelijking tot vorig jaar scoort de campagne op vrijwel alle aspecten hoger. De campagne heeft een zeer sterke boodschapoverdracht. Dat zien we al enkele jaren. 95% vindt dat de campagne goed overbrengt dat op 4 mei de Nationale Dodenherdenking plaatsvindt, en 96% dat we op 5 mei Bevrijdingsdag vieren. Ook de overige boodschappen ('dat we op 4 mei de

oorlogsslachtoffers herdenken', 'we op 5 mei vieren dat we vrij zijn' en 'dat vrijheid niet vanzelfsprekend is') worden door de campagne goed overgebracht (bij minimaal 94% van de mensen). In 2014 lag dit op een vergelijkbaar niveau.

Achtergronden doelgroep
Onder het algemeen publiek is er veel interesse in herdenken en vieren. Ook onderschrijft een meerderheid het maatschappelijk belang. Herdenken is over het algemeen belangrijker dan vieren, al zijn de verschillen niet groot. De persoonlijke relevantie ten aanzien van herdenken en vieren is echter lager dan gemiddeld. Jongeren vinden herdenken en vieren minder belangrijk dan het algemeen publiek. Daarnaast geeft men aan veel kennis over het onderwerp te hebben. Dit kan een verklaring zijn voor het feit dat de behoefte aan informatie wat lager is.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Mémoires à Venir	2015	Jongeren (16-29 jaar) in 31 landen	De Fondation pour la Mémoire de la Shoah & de Fondation pour l'innovation politique	Ipsos			

Onderzoeksopzet
In de twintigste eeuw hebben veel historische gebeurtenissen plaatsgevonden. Denk bijvoorbeeld aan de Eerste Wereldoorlog, de Armeense genocide, de Tweede Wereldoorlog, de val van de Berlijnse muur, de afschaffing van de Apartheid en de genocide van Tutsi's in Rwanda. De invloed van dergelijke gebeurtenissen oversteeg vaak nationale grenzen, zij hadden een globale en universele invloed. In hoeverre worden herinneringen aan deze gebeurtenissen meegenomen in de nieuwe eeuw? Wat denken jongeren, die zelf geen (directe) ervaring hebben met deze gebeurtenissen, hierover? Welke lessen voor het heden kunnen we trekken uit deze gebeurtenissen? Dergelijke vragen vormden de aanleiding voor dit onderzoek. In totaal hebben meer dan 30 000 jongeren (in de leeftijd van 16 tot en met 29 jaar) in 31 landen, waaronder Nederland, aan dit onderzoek meegewerkt. De (online) dataverzameling heeft plaatsgevonden tussen 14 juli en 11 augustus. Bij het trekken van de steekproeven is rekening gehouden met aspecten als leeftijd, geslacht en woonplaats om representativiteit na te streven.

Zelf-ingeschatte kennis Tweede Wereldoorlog
De jongeren kregen onder andere de vraag voorgelegd in hoeverre ze het gevoel hadden veel te weten over de Tweede Wereldoorlog. Iets meer dan de helft van de jongeren geeft aan het gevoel te hebben wel (redelijk veel of veel) kennis te hebben van de oorlog. Vooral in Israël en Denemarken is dit percentage hoog (75%). In Japan is het percentage het laagst van de onderzochte landen. Slechts een kwart van de jongeren geeft aan hier (redelijk veel of veel) kennis te hebben van deze oorlog.

Kennis verantwoordelijke landen voor de Tweede Wereldoorlog
Alle respondenten kregen ook de vraag voorgelegd welke landen verantwoordelijk waren voor de Tweede Wereldoorlog (Antwoordopties: Duitsland, Rusland, Japan, Italië, de Verenigde Staten, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk). Uit het onderzoek komt naar voren dat Duitsland duidelijk als eerste land aangewezen wordt dat verantwoordelijk is voor de Tweede Wereldoorlog. Ongeveer de helft van de ondervraagde jongeren wijst Japan aan als verantwoordelijke voor de oorlog. In Nederland is het percentage jongeren dat Japan noemt lager dan in veel andere landen (slechts 38 procent).

Kennis gevolgen van de Tweede Wereldoorlog
De jongeren zijn ook gevraagd naar wat volgens hen de gevolgen zijn van de Tweede Wereldoorlog. Gegeven antwoordopties waren het begin van de Koude Oorlog, de oprichting van de Verenigde Naties, de oprichting van het communistisch blok (USSR), de oprichting van de Europese Unie, de oprichting van de staat Israël, het begin van dekolonisatie in Afrika en Azië en het ontstaan van de Volksrepubliek China. De meeste jongeren geloofden dat de Tweede Wereldoorlog de aanleiding was voor de Koude Oorlog.

Belangrijkste gebeurtenissen Tweede Wereldoorlog
De jongeren is ook gevraagd wat zij de belangrijkste gebeurtenissen vonden van de Tweede Wereldoorlog. De vervolging van Joden/de Holocaust en het gebruik van de atoombom worden het meest genoemd. Wat jongeren het belangrijkste vinden verschilt sterk tussen landen. Zo vinden bijvoorbeeld Duitsers de Jodenvervolging heel erg belangrijk, terwijl jongeren uit de Verenigde Staten relatief veel meer aandacht hebben voor het gebruik van de atoombom en de aanval op Pearl Harbor.

Kennis van de Holocaust
Hebben jongeren het gevoel veel te weten van de Jodenvervolging tijdens de Tweede Wereldoorlog? Ongeveer de helft van de jongeren geeft aan het gevoel te hebben (zeer) goed geïnformeerd te zijn hierover. Nederland neemt hier een middenpositie in. Vooral in landen als Israël, Oostenrijk, Italië en Duitsland geven jongeren aan het gevoel te hebben hier veel over te weten. In landen als Japan, Letland, Estland en Oekraïne hebben weinig jongeren het gevoel hier veel over weten (ongeveer een kwart van de jongeren).

Vervolgde groepen
Jongeren zijn ook gevraagd naar kennis over de groepen die vervolgd werden door de Nazi's tijdens de Tweede Wereldoorlog. Joden worden het vaakst genoemd. Gevolgd door verzetsstrijders, zigeuners en homoseksuelen.

Zijn de daders gestraft?
Hebben de jongeren het idee dat de mensen die verantwoordelijk waren voor het uitroeien van de Joden gestraft zijn? De meeste jongeren (ongeveer de helft) hebben het idee dat slechts een minderheid van de daders gestraft is. 29 procent heeft het idee dat de meerderheid van de daders gestraft is en 7 procent van de jongeren geeft aan te denken dat (bijna) iedereen gestraft is.

Waar halen jongeren kennis over de Tweede Wereldoorlog vandaag?
Jongeren kunnen op veel manieren kennis opdoen van gebeurtenissen zoals de Tweede Wereldoorlog. School wordt echter duidelijk het meest vaak genoemd als belangrijke bron van kennis omtrent de Tweede Wereldoorlog. Het kijken van documentaires wordt door iets minder dan 50 procent van de jongeren genoemd als bron. Ook internet en de familie worden genoemd als bronnen (door ongeveer een kwart van de jongeren). Nederland neemt een middenpositie in wat betreft brongebruik omtrent kennis van de Tweede Wereldoorlog. Wel geven relatief veel Nederlandse jongeren aan dat herdenkingen een bron zijn van kennis over de Tweede Wereldoorlog. In Nederland noemt 14 procent van de jongeren dit als bron. Enkel Griekenland en Israël scoren hoger op dit aspect. 20 procent van de Nederlandse jongeren gelooft ook dat herdenkingen een goede manier zijn om de geschiedenis door te geven. Dit is ook hoger dan in de meeste andere landen.

Betekenis van de Tweede Wereldoorlog voor nu
De meeste jongeren hebben het idee dat ze door kennis te hebben van de Tweede Wereldoog de geschiedenis van hun eigen land beter begrijpen. Ook denkt een grote meerderheid van de jongeren wereldwijd (gemiddeld 90p%) dat kennis van de Tweede Wereldoorlog belangrijk is om te leren van het verleden en te zorgen dat dezelfde fouten niet nogmaals gemaakt worden. Ook wordt kennis van de oorlog belangrijk gevonden om de slachtoffers te eren en begrip te hebben voor mensen die anders zijn dan onszelf. 68% van de jongeren wereldwijd geeft

verder aan dat kennis van de Tweede Wereldoorlog ook nodig is om de slachtoffers te helpen en te compenseren. Nederlandse jongeren vinden dit minder vaak (56%).

Is een derde Wereldoorlog waarschijnlijk?

In hoeverre denken jongeren dat een derde Wetreldoorlog waarschijnlijk is? In Nederland denkt 45% van de jongeren dat dit zeker of waarschijnlijk is. Nederlandse jongeren zijn hiermee optimistischer dan jongeren in veel andere landen. In Oekraïne bijvoorbeeld denkt 86%van de jongeren dat de kans op een derde Wereldoorlog reëel is. Ook in landen als Estland, Turkije Kroatië, Letland, Griekenland en Roemenië denkt tussen de 70% en 80 % van de jongeren dat de kans op een nieuwe wereldoorlog zeker of waarschijnlijk is. In Japan geloven de jongeren het minst vaak dat het waarschijnlijk is dat er een nieuwe wereldoorlog uitbreekt.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
In de schaduw van de oorlog: Activiteiten en behoeften van de tweede en derde generatie WOII-getroffenen	2015/2016	Bestuursleden & leden van organisaties voor tweede en derde generatie WOII-getroffenen	Arq & Nationaal Comité 4 en 5 mei	Arq & Nationaal Comité 4 en 5 mei			

Onderzoeksopzet

Hoewel de Tweede Wereldoorlog zeventig jaar geleden is afgelopen, heeft de oorlog nog steeds invloed op mensen; niet alleen op hen die de jaren 1940-1945 zelf hebben meegemaakt, maar ook op hun nakomelingen. Degenen die psychotherapie nodig hebben, kunnen terecht bij Centrum ’45 en het Sinaï Centrum. Voor mensen die geen behandeling behoeven, maar op zoek zijn naar iets anders, zijn er diverse organisaties. Welke organisaties dat zijn, wat voor activiteiten zij precies aanbieden en of deze aansluiten bij de wensen van de tweede en derde generatie WOII-getroffenen is onduidelijk. Gezien de omvang van de tweede en derde generatie -alleen het Indische deel bestaat al uit enkele honderdduizenden personen- is onderzoek naar hun behoeften van belang. Het WO2 programma van Arq en het Nationaal Comité 4 en 5 mei voeren daarom samen een kortlopend, verkennend onderzoek uit. Het is het eerste onderzoek dat zich specifiek richt op de activiteiten voor en de behoeften van leden van de tweede en derde generatie met verschillende achtergronden. De volgende onderzoeksvragen stonden hierbij centraal: 1) Welke organisaties van en voor WOII-getroffenen zijn actief voor de tweede en derde generatie? 2) Wat voor activiteiten ontplooien deze organisaties voor deze groep? 3) Aan welke activiteiten hebben de tweede en derde generatie behoefte? 4) Wat voor betekenis hebben de antwoorden op de eerste drie vragen voor de instandhouding, aanpassing of uitbreiding van het aanbod aan activiteiten voor de tweede en derde generatie WOII-getroffenen? Als eerste is in kaart gebracht welke organisaties in Nederland actief zijn die zich (deels) op WOII-getroffenen richten, zowel professionele als vrijwilligersorganisaties. In totaal zijn zeven organisaties gevonden die zich specifiek richten op de tweede en derde generatie WOII-getroffenen. Daarnaast telt de lijst 62 organisaties die actief zijn voor alle generaties WOII-getroffenen uit Europa en het voormalige Nederlands-Indië. Het onderzoek werd uitgevoerd door middel van vragenlijsten. Er zijn twee vragenlijsten opgesteld: één voor bestuursleden van organisaties van en voor WOII-getroffenen en één voor leden en deelnemers aan hun activiteiten. Vanaf 18 december 2015 zijn de links naar de online vragenlijsten met een begeleidende tekst per e-mail verspreid onder de 69 organisaties. De besturen zijn gevraagd om de versie voor bestuursleden zelf in te vullen en de versie voor leden/bezoekers onder hun achterban te verspreiden. Die organisaties die niet gereageerd hebben, hebben in januari 2016 nog één of twee herinneringen per e-mail of telefoon gekregen. De bestuursleden van de zeven organisaties voor de tweede en derde generatie hebben allen meegewerkt. Van de 62 overige organisaties die zijn benaderd, hebben 40 organisaties uiteindelijk de vragenlijst voor bestuursleden op tijd ingevuld. In totaal heeft dus iets meer dan twee derde van de organisaties de vragenlijst ingevuld. In totaal hebben 77 bestuursleden de vragen beantwoord: voor sommige organisaties hebben meerdere bestuursleden de vragenlijst ingevuld terwijl één respondent onbekend is en negen mensen deze vraag hebben overgeslagen. Van alle groepen nabestaanden van WOII-getroffenen heeft ten minste één organisatie meegewerkt behalve van

de Roma en Sinti. Vertegenwoordigers van deze groep bleken lastig te benaderen. De vragenlijst voor leden van organisaties en deelnemers aan hun activiteiten is ingevuld door 353 personen.

Achtergrond respondenten
Van de bestuursleden behoort de helft tot de eerste generatie, het overgrote merendeel van de rest is tweede generatie. De derde generatie is slechts marginaal vertegenwoordigd. Van de bestuursleden die tot de tweede generatie behoorden, identificeerde het grootste deel de ouders als burgeroorlogsgetroffene (50%), als verzetsdeelnemer (36%), Indische Nederlander of Molukker (31%) en militair (25%). Mensen konden meerdere groepen invullen. Van de 353 mensen die de vragenlijst voor leden hebben ingevuld behoorden er 254 (72%) tot de tweede generatie en 38 (11%) tot de derde generatie. De rest behoorde niet tot de doelgroep van dit onderzoek zodat de vragenlijst voor hen na de eerste vraag eindigde. Aangezien de representativiteit van de groep, met name het deel derde generatie, moeilijk is vast te stellen, zijn de resultaten indicatief. Volgens respondenten van de tweede generatie behoorden hun ouders vooral tot de volgende groepen: burger-oorlogsgetroffene (45%), Indische Nederlander of Molukker (35%) en militair (29%). De grootouders van de derde generatie zijn voornamelijk Indische Nederlander of Molukker (39%) en burger-oorlogsgetroffene (25%). Zowel voor de bestuursleden als de overige respondenten geldt dat slechts weinigen hebben ingevuld dat hun (groot)ouders Roma/Sinti of Joods zijn. Pogingen om meer respondenten uit deze groepen te trekken zijn tevergeefs geweest.

Aanbod activiteiten voor tweede en derde generatie
Dat veel organisaties leden hebben die tot de tweede en derde generatie behoren, betekent niet dat zij allemaal een apart aanbod voor hen hebben. Van de 62 algemene organisaties bieden er 12 activiteiten aan die specifiek voor de tweede en derde generatie zijn bedoeld. Daarnaast ontplooien natuurlijk de organisaties voor de tweede en derde generatie ook activiteiten specifiek voor deze groep. Het gaat dan vooral om lotgenotencontact anders dan herdenkingen, educatieve- en herdenkingsreizen en het onderhouden van een website en/of online forum.

Behoeften tweede en derde generatie
Zestig procent van de respondenten is geen lid van een organisatie van of voor WOII-getroffenen. De helft van alle respondenten van de tweede generatie bezoekt activiteiten van deze organisaties tegenover 35% van de derde generatie. De respondenten uit de tweede generatie gaan vooral naar herdenkingen, nemen deel aan diverse vormen van lotgenotencontact of helpen met het maken van publicaties. Het aantal personen van de derde generatie dat activiteiten bezoekt (12) is te laag om hier conclusies aan te verbinden voor de hele groep. De bezoekers van activiteiten uit beide generaties zijn over het algemeen tevreden met het aanbod.

Ontbreekt er iets in het aanbod? Tweede en derde generatie
Bijna zeventig procent van alle respondenten die de leden/bezoekersversie van de vragenlijst hebben ingevuld geven aan niets te missen in het aanbod van activiteiten. Tussen de tweede en derde generatie is een significant verschil. Bij de derde generatie mist slechts 19% activiteiten in het aanbod, bij de tweede generatie is dit 32%. De personen uit de tweede generatie die iets missen in het aanbod willen vooral meer mogelijkheden om lotgenoten te ontmoeten en meer workshops over de cultuur of geschiedenis van de eigen groep. Deze laatste wens komt vooral uit de hoek van de Indische tweede generatie. Tussen de groepen

respondenten zijn er verder geen grote verschillen. Er is ook geen significant verschil tussen de bezoekers van activiteiten en degenen hier niet aan deelnemen in hetgeen ze missen. Verder laten respondenten in de opmerkingen regelmatig weten behoefte te hebben aan een betere informatievoorziening.

Ontbreekt er iets in het aanbod? Bestuursleden

Ook de wensen van de bestuursleden van organisaties zijn geïnventariseerd. Met 46% geeft bijna de helft van de bestuursleden aan dat zij graag meer activiteiten willen organiseren voor de tweede en derde generatie, maar dat hiervoor mankracht en vooral financiële middelen ontbreken. Zouden de middelen toereikend zijn, dan zouden zij meer bijeenkomsten voor lotgenoten organiseren, meer nieuwsbrieven en andere publicaties maken en hun website of forum beter onderhouden. Kortom, dan zouden ze meer onderling contact bevorderen en meer informatie aanbieden. Is er behoefte aan aparte activiteiten voor de tweede en derde generatie? Een kwart van de bestuursleden en net iets minder dan de helft van de overige respondenten beamen dit. De mensen die aan activiteiten deelnemen hebben hier met 54% meer behoefte aan dan zij die dat niet doen (38%). Het merendeel bezoekt immers nu ook al vooral activiteiten die specifiek voor de tweede generatie worden georganiseerd. Daarom zou het huidige aparte aanbod voor de tweede en derde generatie zeker gehandhaafd moeten blijven. Om nieuwe mensen uit de tweede en derde generatie aan te trekken, zijn aparte activiteiten voor beide groepen niet per se nodig. De overgrote meerderheid acht het vanwege efficiency van belang dat organisaties voor de tweede en derde generatie samenwerken. Ook vereenvoudigt het de uitwisseling van ervaringen en wordt onderling begrip gekweekt. Het is dus zeker de moeite waard om te verkennen hoe een duurzame samenwerking gestalte kan krijgen.

Voortleven herinnering Tweede Wereldoorlog belangrijk

Zowel bestuursleden als de overige respondenten vinden het van belang de Tweede Wereldoorlog en de Bersiap te herdenken en de herinnering te laten voortleven. Het lijkt erop dat men zoveel mogelijk manieren wil aangrijpen om dit te verwezenlijken: veel respondenten hebben namelijk alle antwoordopties aangevinkt bij deze vraag. Het meest genoemd worden educatie (vooral gastlessen), het vastleggen van verhalen in audiovisuele of tekstuele producties en een online database/ kenniscentrum met verhalen, relevante achtergrondinformatie en een overzicht van de organisaties en de activiteiten voor de tweede en derde generatie. Opvallend is dat 100% van de respondenten van de derde generatie aangeeft gastlessen op scholen door de tweede en derde generatie belangrijk te vinden. De verhalen over de Tweede Wereldoorlog mogen wat betreft de meeste bestuursleden en personen van de tweede en derde generatie ook best met de actualiteit verbonden worden.

Een aanzienlijk aantal bestuursleden ziet voor hun organisaties nog wel een rol weggelegd. Iets meer dan een kwart van de bestuursleden denkt namelijk dat hun organisatie nog langer dan 15 jaar zal bestaan. Bijna veertig procent heeft geen hulp nodig bij de opheffing terwijl 38% advies kan gebruiken en 45% graag subsidie zou willen voor het veiligstellen van hun erfenis.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Effectonderzoek Campagne '4 en 5 mei'	2016	Algemeen publiek van 18 jaar en ouder + Ouders met kinderen van 8 tot en met 16 jaar	Nationaal Comité 4 en 5 mei en Ministerie van Algemene Zaken	TNS NIPO			

Onderzoeksopzet
Het Ministerie van Algemene Zaken en het Nationaal Comité 4 en 5 mei voeren elk jaar de campagne 4 & 5 mei, met als doel 4 en 5 mei te agenderen en context te bieden aan herdenken en vieren. De kernboodschap van de campagne is: '4 mei herdenken we de oorlogsslachtoffers en 5 mei vieren we dat we vrij zijn'. Doel van dit onderzoek is het effect van deze campagne te meten. Het campagne-effectonderzoek kent een duale opzet en bestaat uit een trackingdeel en een paneldeel. In het trackingdeel wordt de voormeting vergeleken met een nameting bij een onafhankelijke ('verse') steekproef. Bij het paneldeel wordt de nameting uitgevoerd onder dezelfde respondenten als bij de voormeting. De respondenten zijn geselecteerd uit TNS NIPObase, het online access panel van TNS NIPO met zo'n 150.000 leden. Het onderzoek is gehouden onder twee doelgroepen: Algemeen publiek van 18 jaar en ouder (voormeting *n*= 607, nameting *n* = 455 en panel meting *n* = 497*)* en Ouders met kinderen van 8 tot 16 jaar (voormeting *n*= 225, nameting *n* =221). De voormeting vond plaats twee weken voorafgaand aan de campagne (week 13 t/m 15 van 2016), de nameting en panelmeting liepen gedurende twee weken (week 18 t/m 20 van 2016), tijdens en kort na de campagne.

Kennis over data en herkomst 4 en 5 mei op hoog niveau
Een doel van de campagne is dat de doelgroep weet dat we op 4 mei herdenken en op 5 mei de vrijheid vieren. Deze data zijn al jaren goed bekend bij de doelgroep. Dit kennisniveau blijft stabiel boven de 90% liggen. Ook is de grote meerderheid (87%) steeds beter op de hoogte van het feit dat de Tweede Wereldoorlog de basis vormt voor het vieren en herdenken. Ook stijgt het aandeel (van 54% naar 63%) dat weet wie er officieel herdacht worden op 4 mei, namelijk: alle Nederlandse oorlogsslachtoffers van de Tweede Wereldoorlog en alle oorlogen en vredesoperaties daarna. Deze kennis stijgt niet alleen tijdens de campagne maar is ook hoger dan in 2014 en 2015.

Vrijwel iedereen vindt vrijheid niet vanzelfsprekend
Met de campagne wil het Nationaal Comité uitdragen dat vrijheid niet vanzelfsprekend is en dat je het moet doorgeven aan volgende generaties. Vrijheid is niet vanzelfsprekend, daarvan is de grote meerderheid (93%) zich van bewust. Daarnaast vindt het overgrote deel ook dat mensen uit hun omgeving en (hun) kinderen dit moeten weten. Ook het belang om stil te zijn op 4 mei is hoog en stijgt tijdens de campagne. Een ontwikkeling waar de campagne aan heeft bijgedragen. Hoe mensen zelf 4 en 5 mei beleven, wordt voornamelijk bepaald door nieuws & actualiteiten en verhalen van vrienden of familie.

Draagvlak campagne stijgt op de lange termijn
Op de lange termijn zien we dat steeds meer mensen het belangrijk vinden dat de Rijksoverheid 4 en 5 mei in stand houdt. Ook het belang om zelf te herdenken en vieren blijft

stijgen. En steeds meer mensen vinden dat 4 en 5 mei moet blijven bestaan, ook als de generatie van de Tweede Wereldoorlog er niet meer is.

Aandeel dat stil is op 4 mei blijft onveranderd hoog
Op 4 mei was 90% van de doelgroep stil, een vergelijkbaar aandeel als voorgaande jaren. Daarnaast heeft 77% nog een andere activiteit ondernomen. Dan gaat het voornamelijk om het volgen van een tv-uitzending over de Nationale Dodenherdenking. Het vieren van de vrijheid heeft 60% van de doelgroep actief gedaan, met name door de vlag uit te hangen. Wel zien we dat de intentie om iets actiefs te doen, zoals het bezoeken van een festiviteit in de buurt, in mindere mate terugkomt in het gedrag.

Weinig verschil in resultaten onder ouders met kinderen
Ouders met kinderen van 8 tot 16 jaar verschillen over het algemeen weinig in hun kennis, houding en gedrag ten opzichte van het algemeen publiek. Wel zien we onder ouders dat het besef dat vrijheid niet vanzelfsprekend is, hoger is. En ouders proberen vooral de vrijheid in stand te houden door erover te praten met (hun) kinderen, meer dan het algemeen publiek.

Meer mensen hebben met (hun) kinderen over 4 en 5 mei gesproken
Met de campagne wil het Nationaal Comité dat mensen met elkaar in gesprek gaan over 4 en 5 mei en met name spreken over het belang om vrijheid door te geven. Tijdens de campagne stijgt het aandeel dat over 4 en 5 mei heeft gesproken (van 32% naar 74%). Ook hebben meer mensen over het onderwerp gepraat met (hun) kinderen. Dat aandeel stijgt van 24% naar 37%. Aan beide ontwikkelingen heeft de campagne een bijdrage geleverd. De meeste mensen (52%) hebben gesproken over ‘het belang om te herdenken’. ‘Het belang om vrijheid door te geven’ was bij ruim een derde het gespreksonderwerp.

Communicatieve werking
Bereik en herinnering
De campagne wordt al een groot aantal jaren gevoerd. Ten opzichte van de campagne in 2015 ligt het bereik op een vergelijkbaar niveau. In 2014 lag het bereik hoger. Mogelijke verklaring is dat voorgaande jaren dezelfde uitingen zijn gebruikt die in loop der jaren erg herkenbaar zijn geworden. Dit jaar zijn er nieuwe uitingen ingezet, wat de kans op directe herkenning kleiner maakt. De geholpen herinnering ligt op een bovengemiddeld niveau. Het bereik van de nieuwe tv-spot is iets afgenomen ten opzichte van voorgaande jaren, de radiospot realiseert een vergelijkbaar resultaat als vorig jaar.

Waardering
De algehele campagne krijgt met een 7,5 een bovengemiddelde waardering (BM: 7,3), vergelijkbaar met 2015 (7,6). De uitingen krijgen ook, net als voorgaande jaren, een bovengemiddelde waardering. Op vrijwel alle waarderingsaspecten scoort de campagne boven de benchmark. Ten opzichte van vorig jaar is de waardering vergelijkbaar. Wel vindt men de campagne dit keer informatiever en geeft het meer nieuwe informatie.

Boodschapoverdracht
De campagne slaagt erg goed in om over te brengen ‘wanneer we herdenken en vieren’, ‘dat vrijheid niet vanzelfsprekend is’, ‘dat je vrijheid moet doorgeven’ en ‘dat je het met elkaar moet bespreken’. Voor alle aspecten geldt een boodschapoverdracht die boven de benchmark ligt.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2016	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Bureau Veldkamp			

Onderzoeksopzet
Sinds 2001 voert Veldkamp in opdracht van het Nationaal Comité 4 en 5 mei het Nationaal Vrijheidsonderzoek uit. Dit onderzoek is opgezet om de beleving van Nederlanders ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Deze beleving kan in de loop der tijd veranderen. Naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter ons ligt en jongere generaties geen eigen herinneringen meer hebben aan de Tweede Wereldoorlog. Willen 4 en 5 mei een duidelijke plaats behouden in onze samenleving, dan moeten deze dagen blijven aansluiten bij de beleving van de burgers. In dit onderzoek wordt ingegaan op het draagvlak voor de jaarlijkse Nationale Herdenking op 4 mei en de viering van de Nationale Bevrijding op 5 mei. Naast de vaste monitorvragen die jaarlijks worden gesteld, zijn dit jaar vragen gesteld die zijn gebaseerd op de concept toekomstvisie 4 en 5 mei '*Kom vanavond met verhalen … herdenken, vieren en herinneren*'. De beleving, houding en het draagvlak ten aanzien van 4 en 5 mei is in kaart gebracht met een online enquête onder 993 burgers van 13 jaar en ouder. Het veldwerk voor deze enquête is uitgevoerd in de periode van 5 tot en met 14 februari 2016. Er is gebruik gemaakt van de steekproefbron TNS NIPObase. De respondenten in dit panel zijn geworven door Veldkamp en TNS NIPO, dus niet via zelfaanmelding. Voor deelname aan het onderzoek zijn in totaal 1.550 respondenten benaderd. De respons lag op 64%.

Groot draagvlak voor 4 mei
Driekwart van de Nederlanders vindt de herdenking op 4 mei (heel) belangrijk. Dit draagvlak is groot door de tijd heen, maar licht gedaald ten opzichte van 2015 toen 79% aangaf de herdenking 4 mei (heel) belangrijk te vinden.

Veel zorgen over terrorisme en vluchtelingen
De gegevens van het vrijheidsonderzoek zijn verzameld in een periode waarin velen zich zorgen maken over terrorisme, vluchtelingen, spanningen tussen religieuze groepen en oorlog. Vooral de oorlog in Syrië houdt mensen bezig. Zo denken bij de term 'oorlog' vier op de tien Nederlanders spontaan aan deze oorlog. Sinds 2002 - toen het Nationaal Vrijheidsonderzoek voor het eerst werd uitgevoerd - denken minder mensen bij de term 'oorlog' spontaan aan de Tweede Wereldoorlog.

4 mei verliest niet aan betekenis
Een ruime meerderheid van de Nederlanders vindt *niet* dat de herdenking per definitie aan betekenis verliest alleen maar omdat de Tweede Wereldoorlog steeds verder achter ons ligt. Dit komt mede doordat een toenemend aantal mensen de laatste jaren een andere - meer actuele - invulling aan 4 mei is gaan geven. Zo geeft ruim driekwart aan dat 4 mei voor hen actueel blijft zolang er oorlog en onderdrukking bestaat en is het aantal mensen dat tijdens de Dodenherdenking denkt aan *alle* slachtoffers van *alle* oorlogen wereldwijd de laatste jaren sterk toegenomen (42%). Ook geven ruim acht op de tien mensen die 4 mei (heel) belangrijk vinden expliciet aan dat nieuws en actualiteiten hier sterk aan hebben bijgedragen. Driekwart van de Nederlanders geeft aan zich op 4 mei verbonden te voelen met elkaar.

Betere uitleg over waarom we herdenken
Met welke veranderingen in de Nationale Dodenherdenking kan het draagvlak worden vergroot? Een belangrijke factor lijkt, volgens dit onderzoek, te liggen in het leggen van verbindingen tussen de gebeurtenissen toen en het heden. Bijna negen op de tien Nederlanders geven aan dat beter benadrukt zou moeten worden dat de slachtoffers die we herdenken, zijn gevallen zodat wij nu in vrijheid kunnen leven. Daarnaast geven acht op de tien aan dat beter uitgelegd moet worden waarom wij op 4 mei specifieke groepen slachtoffers herdenken. Driekwart zou willen dat er tijdens de herdenking ook aandacht wordt besteed aan andere oorlogen dan alleen de Tweede Wereldoorlog en dat meer aandacht aan de actualiteit moet worden besteed (74%).

Welke groepen en gebeurtenissen moeten centraal staan op 4 mei?
Een krappe meerderheid vindt dat er op 4 mei meer aandacht zou moeten zijn voor vervolgde groepen mensen zoals Joden, Roma en Sinti, verzetsstrijders, Nederlandse en geallieerde militairen en burgerslachtoffers. Als het gaat over nationale gebeurtenissen geeft de helft aan dat op 4 mei meer aandacht moet worden besteed aan de vervolging van Joden (45%).

De twee minuten stilte spreekt het meeste aan
Negen op de tien Nederlanders staan - net als andere jaren - op 4 mei stil bij de herdenking. Zo nemen acht op de tien de twee minuten stilte in acht en volgen zes op de tien de herdenking op televisie, via de radio of online. Net als in 2015 wordt de twee minuten stilte als meest aansprekende onderdeel van de Dodenherdenking op de Dam gezien (95% vindt de twee minuten stilte aansprekend). Bijna negen op de tien noemen het spelen van het volkslied en bijna acht op de tien de aanwezigheid van het Koninklijk Huis.

Het draagvlak voor 5 mei stabiel ten opzichte van 2015
Driekwart van de Nederlanders vindt de viering van 5 mei (heel) belangrijk. Dit draagvlak was de afgelopen jaren minder groot, maar is sinds 2015 stabiel. Ruim zeven op de tien geven aan zich op 5 mei verbonden te voelen met elkaar en zich solidair te voelen met mensen die niet in vrijheid leven. Een even grote groep staat stil bij het feit dat vrijheid niet vanzelfsprekend is. Een meerderheid geeft aan 5 mei belangrijk te vinden vanwege nieuws en actualiteiten (73%) en ruim driekwart vindt dat 5 mei zijn actualiteitswaarde blijft behouden zolang er oorlog en onderdrukking bestaan en vindt dat de viering van 5 mei ook in de toekomst door moet gaan.

Wat doen Nederlanders op 5 mei?
In totaal staan acht op de tien Nederlanders op de een of andere manier stil bij 5 mei. De helft van de Nederlanders volgt de festiviteiten via de media, een derde bezoekt een activiteit in de eigen woonplaats en ongeveer een op de tien bezoekt een Bevrijdingsfestival. Zeven op de tien Nederlanders vinden de Bevrijdingsfestivals het meest aansprekende onderdeel van 5 mei. Daarna worden het ontsteken van het Bevrijdingsvuur en lokale activiteiten als meest aansprekende activiteiten genoemd (door circa een derde). Zaken als debatten, lezingen, interviews en colleges worden doorgaans minder aansprekend gevonden.

Men viert het feit dat we nu in vrijheid leven
Zeven op de tien Nederlanders vieren op 5 mei het feit dat ze op dit moment in vrijheid leven. Dit aantal is sinds 2012 met tien procentpunten gestegen, terwijl het percentage Nederlanders dat de historische bevrijding van Nederland viert in dezelfde periode gedaald is van 27% naar 9%. Twee derde van de Nederlanders geeft tot slot aan dat 5 mei een vrije dag voor alle

werkende Nederlanders zou moeten zijn. Ruim een kwart van degenen die dit vinden zouden Goede Vrijdag daar voor willen opofferen.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Children of Immigrants Longitudinal Study in the Netherlands – Wave 5	2016	Nederlandse jongvolwassenen + jongvolwassen met niet-Nederlandse achtergrond	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht			

Opzet onderzoek
De '*Children of Immigrants Longitudinal Survey in 4 European Countries'* (CILS4EU) is in 2010 van start is gegaan. Dit grootschalige, meerjarige onderzoeksproject werd uitgevoerd in vier landen: Zweden, Duitsland, Verenigd Koninkrijk, en Nederland. Na een uitgebreide gerandomiseerde selectieprocedure zijn in Nederland in de periode 2010-2011 100 scholen in het voortgezet onderwijs benaderd. Naast de 100 scholen die gerandomiseerd zijn benaderd, hebben 18 scholen aangegeven vrijwillig deel te willen nemen. Het voornaamste doel van het CILS4EU project was om meer te weten te komen over de ontwikkeling van jongeren met een Nederlandse en niet-Nederlandse achtergrond. Daarom is een zogenaamd gestratificeerd sampling design toegepast. Hierbij werd onderscheid gemaakt tussen scholen met 0-10% leerlingen met een niet-westerse achtergrond, 10-30%, 30-60% en 60-100%. Op deze manier is gezorgd voor oververtegenwoordiging van scholen met hoge percentages leerlingen van niet-westerse migratieachtergrond. Ook grotere scholen hadden een grotere kans om geselecteerd te worden. Verder werd binnen elk stratum rekening gehouden met representativiteit van onderwijsniveau. In wave 5 hebben ongeveer 3700 respondenten de vragenlijst ingevuld. De respondenten waren toen 19/20 jaar oud.

Resultaten
In dit onderzoek werd specifiek gevraagd naar belang dat de jongvolwassenen hechten aan de Dodenherdenking op 4 mei de viering van de bevrijding op 5 mei. Ook werd zowel van de respondent zelf als van de ouders gevraagd in hoeverre ze participeerden in 4 en 5 mei (de dagen volgen in de media, 2 minuten stilte houden, een herdenkingsbijeenkomst bezoeken of een Bevrijdingsfestival bijwonen).

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Children of Immigrants Longitudinal Study in the Netherlands – Schoolproject 2.0	2016	Middelbare scholen	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht			

Opzet onderzoek
Het belangrijkste doel van dit onderzoek was meer zicht krijgen op de extra-curriculaire activiteiten die Nederlandse middelbare scholen aanbieden op het gebied van "oorlog en vrijheid" en "democratie en burgerschap" in het schooljaar 2010-2011. Het gaat vooral over de scholen die ook meededen aan het onderzoek *Children of Immigrants Longitudinal Study in the Netherlands* (zie hierboven). In totaal hebben 59 scholen meegedaan aan dit onderzoek.

Burgerschap belangrijk
Er worden vooral veel activiteiten georganiseerd rondom burgerschap. Zo heeft bijna 74 procent een leerlingenraad (met verkiezingen) en organiseert een meerderheid van de scholen debatten en een bezoek aan de Tweede Kamer. Excursies en museumbezoeken worden door ongeveer een kwart van de scholen georganiseerd. Een vijfde van de scholen organiseert gastlessen.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Oorlogsverhalen in de klas	2016	Docenten (primair en voortgezet onderwijs)	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Steunpunt Gastsprekers			

Onderzoeksopzet

Hoe borgen we in de (nabije) toekomst de ooggetuigenverhalen over de Tweede Wereldoorlog? Het is een vraag waar veel cultuurhistorische organisaties in Nederland zich mee bezig houden. De periode 1940-1945 komt steeds verder van ons af te staan; de eerste generatie ooggetuigen verdwijnt langzamerhand. Persoonlijk vertelde ooggetuigenverslagen over deze periode worden hierdoor steeds schaarser. Om adequaat te reageren op deze onomkeerbare omslag in onze herinneringscultuur is het belangrijk om actief te onderzoeken hoe deze verhalen in de nabije toekomst het beste overgedragen kunnen worden. Wat doen we als de eerste generatie ooggetuigen daadwerkelijk niet meer kunnen vragen hoe het was om als kind of (jong)volwassene de oorlog mee te maken? Het *Landelijk Steunpunt Gastsprekers WOII-Heden* (*Steunpunt Gastsprekers*) heeft in samenwerking met het *Nationaal Comité 4 en 5 mei* in het najaar 2016 onderzoek gedaan naar de toekomst van het gastsprekerschap. Het *Steunpunt Gastsprekers* heeft een online enquête uit laten zetten onder docenten. De kern van het onderzoek is samen te vatten met de vraag: Welke wensen en behoeften hebben docenten (uit het primair en voortgezet onderwijs) ten opzichte van het ontvangen van gastsprekers in de klas? Er is gekozen voor een exploratief onderzoek. Hierbij is gebruik gemaakt van de verschillende netwerken, waaronder het eigen netwerk van het *Steunpunt Gastsprekers, Herinneringscentrum Kamp Westerbork* en het Educatief Overleg binnen het veld '40-'45. Binnen het onderwijs zijn meerdere gastsprekerorganisaties actief, zoals het *VeteranenInstituut* en de *Stichting Gastdocenten werkgroep Zuidoost-Azië*. Ook hen is input en medewerking gevraagd voor dit onderzoek. Ook diverse culturele en educatieve (provinciale) organisaties hebben meegewerkt aan de verspreiding van deze enquête, onder andere door mailing en nieuwsberichten aan hun netwerk. Om docenten buiten het netwerk van het steunpunt te bereiken, is er tevens steekproefgewijs en evenredig verdeeld over Nederland een groep scholen aangeschreven. Hierbij is onder andere gebruik gemaakt van het *open source*-bestand van Dienst Uitvoering Onderwijs (DUO). De enquête is ingevuld tussen 7 oktober en 13 november 2016. De online enquête werd door 665 respondenten volledig ingevuld en ingestuurd.

Belangstelling voor periode 1940-1945

Bijna 40% van een groep respondenten geeft aan dat de eigen belangstelling naar de periode 1940-1945 groter is geworden. Voor 59% is deze belangstelling gelijk gebleven. Persoonlijke aanraking met verhalen, historische plekken en ook het bespreken van familieverleden versterken deze belangstelling. Van de respondenten ziet 41% de interesse van leerlingen voor de periode 1940-1945 toenemen, 32% ziet dat niet en 26% weet niet of de belangstelling toeneemt.

Huidige ervaringen en wensen vanuit verschillende hoeken

Een grote groep (87%) van de 665 respondenten heeft in de afgelopen vijf jaar een gastspreker in de klas ontvangen. Vaak is dit bezoek georganiseerd door het *Steunpunt Gastsprekers*. Alleen of in samenwerking met een andere partij. Deze respondentengroep heeft goede ervaringen met gastsprekers in de klas en voor 96% was het dan ook van (grote)

meerwaarde. Er wordt door meerdere respondenten aangegeven dat een fysiek bezoek aan een historische locatie zoals een voormalig kamp (extra) grote indruk maakt. In het algemeen geven de docenten aan dat zij het belangrijk vinden dat de gastspreker goed kan vertellen, er interactie is met de leerlingen, dat het meebrengen van voorwerpen grote indruk maakt op de leerlingen en dat de gastspreker zelf niet te veel connectie tussen het eigen verhaal en het (politieke) huidige leefklimaat moet leggen.

Gastsprekers uit en lesmateriaal over de naoorlogse generatie
Een groep van bijna 33% van de respondenten geeft aan veel belangstelling te hebben in het ontvangen van een gastspreker van de naoorlogse generatie. Voor 50% van de respondenten dekt 'belangstelling' de lading. De algemene belangstelling voor de onderwerpen 'Japanse bezetting van Nederlands-Indië' en 'tweede generatie Molukse gastsprekers' is minder groot dan voor de onderwerpen 'Tweede Wereldoorlog' en 'Actuele brandhaarden/conflictgebieden'. Bij vragen over (gastsprekers over) de Japanse bezetting wordt bijvoorbeeld vaker ‘misschien’, ‘neutraal’ of '(totaal) onbelangrijk' geantwoord en er worden minder alternatieve lesmaterialen gekozen dan dat men voor de andere onderwerpen doet. De Japanse bezetting en Molukse onderwerpen lijken verder van de docent (en/of lesmethode) af te staan.

Wensen voor gastspreker en lesmateriaal over een recente/hedendaags brandhaard/conflictgebied
Een schoolbezoek van een gastspreker uit een actueel conflictgebied kan volgens bijna 95% van de respondenten een waardevolle aanvulling zijn op de les. Bijna drie kwart van de leerlingen (in zowel po als vo) is volgens de respondenten 'geïnteresseerd' tot 'heel geïnteresseerd' in oorlogs- en vluchtverhalen. 84% van de respondenten heeft hierbij belangstelling voor een specifiek thematisch aanbod van sprekers. De alternatieve lesmaterialen waar de meeste belangstelling voor wordt geuit zijn: een documentaire 57%, digitaal lespakket 55% of lezing 49%. Daarnaast wordt het idee van een duogastles goed ontvangen. Bij de alternatieven als een 'duoles' of het uitnodigen van gastsprekers uit actuele conflictgebieden/vluchtelingen worden echter ook kanttekeningen geplaatst. Het kan voor zowel de leerlingen die dit verhaal horen, als voor de leerlingen die hun ervaringen delen (te) zwaar zijn. Goede begeleiding voor alle betrokkenen is wenselijk en een grote groep respondenten (zowel met als zonder (kinderen van) vluchtelingen in de klas) heeft behoefte aan een pedagogisch kader.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Nationaal Vrijheidsonderzoek	2017	Nederlanders	Nationaal Comité 4 en 5 mei	Kantar Public			

Onderzoeksopzet
Sinds 2001 voert Kantar Public (voorheen Bureau Veldkamp) in opdracht van het Nationaal Comité 4 en 5 mei het Nationaal Vrijheidsonderzoek uit. Dit onderzoek is opgezet om de beleving van Nederlanders ten aanzien van 4 en 5 mei te monitoren. Deze beleving kan in de loop der tijd veranderen, naarmate de Tweede Wereldoorlog verder achter ons ligt en jongere generaties geen eigen herinneringen meer hebben aan de Tweede Wereldoorlog. Het Nationaal Vrijheidsonderzoek is van 14 februari tot en met 2 maart 2017 uitgevoerd onder een representatieve steekproef van 896 personen uit het Nederlands publiek van 13 jaar en ouder.

Groot draagvlak voor 4 en 5 mei
Het draagvlak onder de Nederlandse bevolking voor de herdenking op 4 mei en de viering van de bevrijding op 5 mei is groot, ruim acht op de tien Nederlanders geven aan de Dodenherdenking op 4 mei (heel) belangrijk te vinden. Een even grote groep Nederlanders geeft daarnaast aan de viering van Bevrijdingsdag op 5 mei (heel) belangrijk te vinden. De groep Nederlanders die aangeeft zowel 4 als 5 mei *heel belangrijk* te vinden, is het afgelopen jaar toegenomen.

Blijvende zorgen om terrorisme en oorlog
Als we kijken naar internationale ontwikkelingen waar mensen zich zorgen over maken, zijn er ten opzichte van vorig jaar een aantal veranderingen. De zorgen om oorlog zijn het afgelopen jaar sterk gestegen. Maakte in 2016 drie op de tien Nederlanders zich nog zorgen over oorlog, dit jaar is dat vier op de tien. Ook de zorgen over terrorisme zijn gestegen: ruim zes op de tien Nederlanders maken zich hier zorgen over, dat is het hoogste niveau sinds 2002. De zorgen over de vluchtelingen die naar Nederland en Europa komen, is in dezelfde periode juist afgenomen: in 2016 maakte ruim de helft zich hier nog zorgen over, terwijl dat dit jaar gedaald is tot ruim een derde.

Negen op de tien staan stil bij 4 mei
In totaal staan ruim negen op de tien Nederlanders op de één of andere manier stil bij 4 mei. Zo nemen ruim acht op de tien Nederlanders de twee minuten stilte in acht (85%) en volgen ruim zes op de tien Nederlanders de Nationale Dodenherdenking op televisie, via de radio of online. Er is net als voorgaande jaren een brede consensus over de betekenis en de invulling van de Dodenherdenking. Zo zien negen op de tien Nederlanders de herdenking als een moment waarop zij respect tonen voor oorlogsslachtoffers en zijn acht op de tien van mening dat de herdenking ook in de toekomst door moet gaan. Ook worden alle onderdelen -zoals de twee minuten stilte en het spelen van het volkslied- door een ruime meerderheid van de bevolking aansprekend gevonden. Net als voorgaande jaren herdenken vier op de tien Nederlanders alle oorlogsslachtoffers wereldwijd.

Acht op de tien vieren 5 mei
Ruim acht op de tien Nederlanders staan op de één of andere manier stil bij 5 mei. Zo heeft de helft iets van de viering gezien, gehoord of gelezen op televisie, de radio of online en hebben drie op de tien Nederlanders een activiteit in de eigen plaats bezocht. Net als bij 4 mei bestaat ook bij 5 mei grote consensus over de betekenis ervan. Zo vinden ruim acht op de tien dat de

viering van 5 mei ook in de toekomst door moet gaan en beschouwt een even grote groep 5 mei als een dag waarop zij erbij stilstaan dat vrijheid niet vanzelfsprekend is. Zes op de tien Nederlanders staan op 5 mei stil bij de Tweede Wereldoorlog.

5 mei als vrije dag

Acht op de tien Nederlanders weten dat 5 mei een nationale feestdag is, een even groot gedeelte geeft aan het (zeer) belangrijk te vinden dat 5 mei een nationale feestdag is. Zeven op de tien Nederlanders vinden dan ook dat 5 mei ieder jaar een vrije dag voor alle werkende Nederlanders zou moeten zijn. Stel dat 5 mei inderdaad een vrije dag zou worden en men zou daar een andere vrije dag voor moeten inleveren, kiezen drie op de tien voor Goede Vrijdag.

4 en 5 mei zorgen voor verbinding

Ten opzichte van andere momenten van nationale betekenis voelen Nederlanders zich tijdens de Dodenherdenking op 4 mei en de viering van de bevrijding op 5 mei het sterkst verbonden met andere Nederlanders. Acht op de tien voelen zich op deze momenten in (zeer) sterke mate verbonden met elkaar.

Data	Jaar	Doelgroep	Opdrachtgever	Uitgevoerd door	I	B	O
Herdenken in heterogene samenlevingen - LISS panel	2017	Nederlanders met en zonder Nederlandse achtergrond	Nationaal Comité 4 en 5 mei	De afdeling Sociologie van de Universiteit Utrecht			

Onderzoeksopzet
Kom vanavond met verhalen, dat was de titel van de meest recente toekomstvisie van het Nationaal Comité 4 en 5 mei. In deze toekomstvisie wordt het belang van het vertellen van verhalen beschreven om de herinnering aan de doden levend te houden, de geschiedenis actueel en de bevrijding tastbaar. Dit roept natuurlijk wel de vraag op *welk* verhaal er dan verteld moet worden. Besloten is om in dit onderzoek twee concrete invullingen nader te bestuderen: 1) het herdenken van zwarte pagina's uit de nationale geschiedenis en 2) het effect van de koppeling tussen het heden en het verleden. Zeker in de huidige heterogene samenleving waarin bijvoorbeeld jongeren en Nederlanders met een niet-Nederlandse achtergrond een andere relatie hebben met het verleden dan ouderen en autochtone Nederlanders is het ook belangrijk om te onderzoeken *welk* verhaal het beste verteld kan worden voor *wie* om de steun voor herdenken en vieren zo hoog mogelijk te houden in Nederland. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een (*post-test only*) experimenteel design. In totaal hebben 1699 Nederlanders aan dit onderzoek meegewerkt. In de steekproef zaten extra veel Nederlanders met een niet-Nederlandse achtergrond om deze groep in detail te kunnen bestuderen.

Kennis van nationale zwarte pagina's is beperkt
Slechts 20% van de Nederlanders weet (ongeveer) hoeveel procent van de bevolking actief samenwerkte met de Duitsers tijdens de Tweede Wereldoorlog. Slechts 15% weet exact wanneer de Onafhankelijkheidsoorlog met Indonesië plaatsvond en 30% van de Nederlanders weet wanneer de val van Srebrenica plaatsvond. Van de respondenten weet 15% ongeveer hoeveel slaven Nederland verhandeld heeft.

Er zijn structurele groepsverschillen in kennis van de nationale zwarte pagina's.
Hoogopgeleiden, mannen en mensen die zich verbonden voelen met Nederland, hebben meer kennis van de donkere kant van de nationale geschiedenis dan laagopgeleiden, vrouwen en mensen die zich minder verbonden voelen met Nederland. Er zijn (op basis van meervoudige regressie) geen leeftijdsverschillen gevonden in algemene kennis van de donkere kanten van de Nederlandse geschiedenis.

Focussen op collaboratie tijdens Tweede Wereldoorlog zorgt voor minder steun voor de Dodenherdenking.
Door middel van de experimentele opzet van dit onderzoek kon achterhaald worden of het focussen op de donkere kanten van het verleden zorgt voor hogere of lagere steun voor 4 mei. Uit het onderzoek kwam naar voren dat voor de steun voor 4 mei lager wordt indien aandacht wordt besteed aan collaboratie tijdens de Tweede Wereldoorlog. Dit is vooral zo bij laagopgeleiden. Ook bij hoogopgeleiden zorgt het focussen op collaboratie echter voor minder steun voor 4 mei.

Focussen op slavernij, de onafhankelijkheidsoorlog met Indonesië en de val van de Srebrenica zorgt in het algemeen niet voor meer of minder steun voor 4 mei in vergelijking met het huidige verhaal
Hoewel het focussen op collaboratie tijdens de Tweede Wereldoorlog zorgt voor minder steun voor 4 mei, geldt dit niet voor andere donkere periodes uit de Nederlandse geschiedenis. Uitzondering is dat een focus op de val van Srebrenica bij Nederlanders met een niet-Westerse achtergrond zorgt voor meer steun voor 4 mei.

Focussen op de donkere kanten van de geschiedenis tijdens 4 mei zorgt voor meer inter-groep cohesie
Indien Nederlanders teksten lezen over donkere kanten van de eigen geschiedenis zijn ze positiever over andere bevolkingsgroepen in Nederland (bijvoorbeeld over Turken, Marokkanen, Antillianen en Surinamers) dan indien ze geen informatie kregen over deze kant van het nationale verleden. Focussen op de donkere kanten van de geschiedenis heeft geen invloed op gevoelens van nationale verbondenheid.

Indien gefocust wordt op het verleden is de steun voor 5 mei hoger dan indien gefocust wordt op het heden
In dit onderzoek is ook gekeken of een koppeling tussen het heden en verleden de steun voor 5 mei kan verhogen. Meer specifiek is dit gedaan aan de hand van teksten over vluchtelingen. Een focus op het heden zorgt voor significant minder steun voor Bevrijdingsdag in vergelijking met een focus op het verleden. Wat betreft steun voor 5 mei lijkt het dus beter om achteruit te kijken in de spiegel in plaats van vooruit. Een koppeling tussen het heden en verleden zorgt ook niet voor meer steun voor 5 mei dan enkel richten op het verleden.

Steun voor opvang van vluchtelingen is hoger indien duidelijk gemaakt wordt dat Nederland een lange traditie heeft met het opvangen van vluchtelingen
De steun voor de opvang van vluchtelingen is hoger in de “koppeling heden-verleden” conditie dan in de “heden conditie”. Vooral bij laagopgeleiden zorgt het duidelijk maken van de lange traditie voor meer steun voor de opvang van vluchtelingen.

Contactgegevens

Voor vragen en/of opmerkingen over of naar aanleiding van dit overzicht kunt u altijd contact opnemen met een van onderstaande organisaties.

Coördinatie doelgroepenonderzoek:

✉ **info@arq.org**
https://www.arq.org/nl

Onderzoekspartners doelgroepenonderzoek:

✉ **moti@motivaction.nl**
https://www.motivaction.nl/

✉ **sociologie.fss@uu.nl**
https://www.uu.nl/organisatie/sociologie

Partners Platform WOII

www.4en5mei.nl
✉ info@4en5mei.nl

www.liberationroute.nl
✉ info@liberationroute.com

www.niod.nl/
✉ info@niod.knaw.nl

www.oorlogsgravenstichting.nl
✉ info@ogs.nl

www.smh40-45.nl
✉ via website: http://smh40-45.nl/contact/