

RAAP

SAXION
Hogescholen

2020

Maart

Publieksgericht
draaiboek

*Archeologische
veldwerkzaamheden*

Bodine Boin

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1: Inleiding	3
1.1. Leeswijzer	3
Hoofdstuk 2: Archeologische veldwerkzaamheden	4
2.1. Voorafgaande fase	4
2.2. Uitvoerende fase	5
2.2.1. IVO-O	5
2.2.2. IVO-P	7
2.2.3. Opgraving	8
2.2.4. Opgraving – variant archeologische begeleiding	9
2.3. Uitwerkende fase	9
Hoofdstuk 3: Archeologische begeleiding, proefsleuvenonderzoek en opgraving, publieksgerichte stappen	11
3.1. Basispakket publieksgerichte stappen	11
3.1.1. Stap 1: Voorafgaand van het onderzoek, minimaal 1 maand van tevoren	11
3.1.2. Stap 2: Tijdens onderzoek	12
3.1.3. Stap 3: Afronding van het onderzoek	15
3.2. Extra publieksgerichte stappen opgraving	17
3.3. Tips algemeen	18
Hoofdstuk 4: Publieksgerichte organisaties	19
4.1. Nationale Archeologiedagen	19
4.2. ArcheoHotspot	19
4.3. Open Monumentendag	19
4.4. Publieksgerichte bedrijven	20
Hoofdstuk 5: Archeologisch informatiepunt	23
5.1. Stap 1: Stel een centrale locatie vast	23
5.2. Stap 2: Stel een budget vast	24
5.3. Stap 3: Stel openingstijden vast	25
5.4. Stap 4: Het indelen en aankleden van een informatiepunt	26
5.5. Tip	26
Bijlage 1: Archeologische periodes	27
Bijlage 2: Checklist persbericht	28

Hoofdstuk 1: Inleiding

Heb je je weleens afgevraagd, kijkend naar een prachtig oud gebouw, hoe heeft het er hier vroeger uitgezien? Hoe zagen de mensen eruit en wat zouden ze hebben gegeten? Dit zijn vragen waar archeologen antwoord op proberen te geven. De definitie van archeologie luidt dan ook: *'Archeologie is de wetenschap van oude historie op grond van bodemvondsten; oudheidkunde.'* Archeologie bestudeert het hele spectrum van menselijk handelen in het verleden.

Het huidige archeologische werkveld zou echter niet bestaan zonder het publiek. Wanneer het publiek niet het collectieve belang van de archeologie inziet, kan men ook niet leren en op de schouders staan, van onze voorouders en dat is waar archeologie voor staat! Dit draaiboek dient als handleiding voor publieksbereik in de archeologie, toegespitst op de archeologische veldwerkzaamheden: begeleiding, proefsleuvenonderzoek en opgraven (afbeelding 1). Vanuit RAAP is dit draaiboek opgesteld als handvat voor gemeenten en instanties bij archeologische veldwerkzaamheden.



AFBEELDING 1: AANLEGGEN ARCHEOLOGISCH OPGRAVINGSVLAK. BRON: BODINE BOIN.

1.1. Leeswijzer

Dit document bevat vijf hoofdstukken met verschillende onderdelen. Het tweede hoofdstuk geeft een algemene toelichting van alle archeologische processtappen. In het derde hoofdstuk worden de publieksgerichte stappen toegelicht die ondernomen kunnen worden tijdens een archeologische begeleiding, een proefsleuvenonderzoek en een opgraving. Het vierde hoofdstuk bevat de beschrijving van meerdere evenementen en mogelijkheden om archeologie door het jaar heen onder de aandacht te brengen bij het publiek en publieksgerichte bedrijven. Hoofdstuk vijf is het laatste hoofdstuk en bevat een stappenplan voor het opzetten van een archeologisch informatiepunt. De archeologische periodes zijn voor verduidelijking als bijlage toegevoegd aan het draaiboek.

Hoofdstuk 2: Archeologische veldwerkzaamheden

In dit hoofdstuk worden alle archeologische processtappen toegelicht. Dit hoofdstuk is ter informatie, zodat het begrijpelijk is wat er bedoeld wordt met de archeologische termen en werkzaamheden die verder worden benoemd.

2.1. Voorafgaande fase

Voorafgaand aan bodemverstorende werkzaamheden moet er naar het bestemmingsplan van de gemeente gekeken worden. Ondersteunend hieraan wordt onder andere naar de gemeentelijke verwachtingskaart gekeken voor een toelichting op de archeologische verwachtingswaarden. Wanneer er na het raadplegen van de verschillende bronnen blijkt dat het gebied een verwachte hoge archeologische waarde heeft, moet er archeologisch onderzoek uitgevoerd worden. Soms gebeurt dit door de gemeentelijk archeoloog, maar vaak wordt een commercieel archeologisch bedrijf ingehuurd voor de uitvoering.

Het onderzoek begint met een bureauonderzoek, waarin het plangebied wordt onderzocht aan de hand van bekende bronnen. Denk hierbij aan historische kaarten, geologische kaarten, topografische kaarten en informatie uit rapporten van voorafgaande archeologische onderzoeken. Uit het bureauonderzoek komt een archeologische verwachting en advies. Dit advies geeft aan of er verdere archeologische werkzaamheden in het plangebied moeten worden uitgevoerd voordat bodemingrepen plaats kunnen vinden.

Volgens de wet mag gravend archeologisch onderzoek alleen worden uitgevoerd door een gecertificeerd bedrijf (artikel 5.1., lid 1); *een gecertificeerd bedrijf moet zich aan de Kwaliteitsnorm Nederlandse Archeologie (KNA) houden en mag alleen opgraven op basis van een Programma van Eisen (PvE)*. Wanneer uit het bureauonderzoek blijkt dat er verder onderzoek verricht moet worden in het plangebied, is het daarom vanuit de KNA verplicht om een Programma van Eisen (PvE) op te stellen voor het onderzoek. Een PvE wordt geschreven aan de hand van een protocol uit de KNA 4.1 en bevat het onderzoeksobject, het onderzoekskader en de onderzoekseisen. Het onderzoeksobject betreft de kenmerken van de vindplaats, het onderzoekskader bevat de probleem- en doelstelling van de verrichten werkzaamheden en de onderzoekseisen bevatten de eisen voor het uit te voeren veldwerk en de te leveren eindproducten. Een PvE wordt opgevolgd door een Plan van Aanpak (PvA). In een PvA wordt de planning van het onderzoek beschreven en wordt beschreven hoe het onderzoek zal worden uitgevoerd.

2.2. Uitvoerende fase

Het bevoegd gezag bepaalt aan de hand van het bureauonderzoek of er een vervolgonderzoek uitgevoerd moet worden en in welke vorm. Het vervolgonderzoek gaat verder met een inventariserend veldonderzoek (IVO). Een IVO kent twee varianten, een IVO-O (Inventariserend Veldonderzoek Overig) en een IVO-P (Inventariserend Veldonderzoek Proefsleuven).

2.2.1. IVO-O

Bij een IVO-O worden verschillende onderzoeksmethoden ingezet. Een IVO-O kan bestaan uit een kartering, boringen, 'profielputjes' of geofysisch onderzoek. Hieronder zullen alle onderzoeksmethodes van IVO-O worden uitgelegd met een afbeelding ter visualisatie.

Kartering

Een kartering is het systematisch bekijken van de bovengrond van het plangebied. Dit betekent dat archeologen op een systematische manier over het gebied lopen om zo te kijken welke archeologische 'waarden' zich aan het oppervlak bevinden (afbeelding 2). Denk bij archeologische waarden aan vondsten en eventuele grondsporen. De oppervlaktevondsten zijn door landbewerking aan het maaiveld terecht gekomen.



AFBEELDING 2: VELDKARTERING. BRON: RAAP.

Boringen

Boringen worden ook altijd op een systematische manier in het plangebied uitgevoerd, bijvoorbeeld om de 10 meter (afbeelding 3). Met boringen kan de bodemopbouw en de bodemsoort bepaald worden. Wanneer er met het boren een archeologische laag geraakt wordt is het mogelijk dat kleine vondsten in de kop van de boor mee naar boven komen. Verder kan een boring bepalen tot welke diepte de geroerde grond en op welke diepte de natuurlijke ondergrond zich bevindt. Geroerde grond is de bovenste laag van de bodem die verstoord is door bijvoorbeeld akkerbouw. De natuurlijke ondergrond is een onaangetaste laag en daarin bevinden archeologische resten zich vaak.



Afbeelding 3: Het zetten van boringen. Bron: RAAP.

Profielputjes

De profielputjes die ook aangelegd kunnen worden tijdens een IVO-O zijn kleine putjes die worden gegraven om te kijken wat voor bodemopbouw er in het plangebied is en waar de archeologische resten zich in de bodem bevinden (afbeelding 4).



AFBEELDING 4: PROFIELPUTJE. BRON: BODINE BOIN.

Geofysisch onderzoek

Het laatste aspect van IVO-O is het geofysisch onderzoek, dit onderzoek kan met verschillende apparatuur worden uitgevoerd. Bijvoorbeeld met een weerstandsmeter (afbeelding 5). De weerstandsmeter stuurt elektrische signalen de grond in waarmee het contrast tussen het archeologisch materiaal en het omgevingsmateriaal in de bodem gemeten wordt. Verder kan geofysisch onderzoek worden uitgevoerd met elektromagnetische metingen, magnetometingen en grondradar.



Afbeelding 5: Geofysisch onderzoek met de weerstandsmeter. Bron: RAAP.

2.2.2. IVO-P

Bij een IVO-P worden er sleuven aangelegd in het plangebied om vast te stellen of de verwachte sporen aanwezig zijn en hoe diep deze liggen (afbeelding 6). Bij het vinden van archeologische sporen wordt er gekeken naar de aard van de sporen en de datering van de sporen. De proefsleuven worden aangelegd tot de diepte van de voorgenomen bodemingreep, alle mogelijke archeologische resten die zich onder deze grens bevinden, blijven onaangetast.



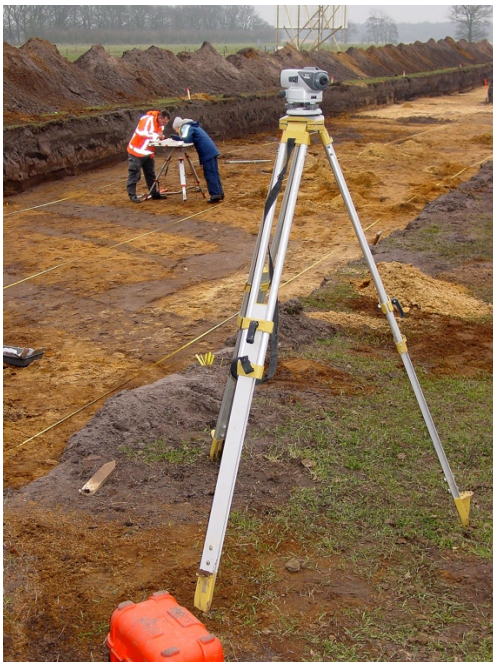
AFBEELDING 6: PROEFSLEUVENONDERZOEK. BRON: RAAP.

2.2.3. Opgraving

Als eerdere onderzoeken hebben uitgewezen dat er sprake is van een behoudens waardige vindplaats, bepaalt het bevoegd gezag of een opgraving uitgevoerd moet worden of dat de bodemingreep plaats mag vinden met een archeologische begeleiding. Bij een opgraving wordt een opgravingsput aangelegd (afbeelding 7). De opgravingsput wordt laag voor laag verdiept. In iedere laag worden alle sporen en vondsten gedocumenteerd (afbeelding 8).



Afbeelding 7: Opgraving. Bron: RAAP.



AFBEELDING 8: DOCUMENTEREN VAN VONDSTEN EN SPOREN TIJDENS EEN OPGRAVING. BRON: RAAP.

2.2.4. Opgraving – variant archeologische begeleiding

Wanneer de normale procedure voor het uitvoeren van veldonderzoek (IVO) niet mogelijk is op een plek waar er wel een hoge archeologische verwachting is vastgesteld, moet er bij deze werkzaamheden een archeologische begeleiding worden uitgevoerd (afbeelding 9). Een archeologische begeleiding houdt in dat een archeoloog naast de werkzaamheden staat die uitgevoerd worden. Met een archeologische begeleiding wordt voorkomen dat de werkzaamheden stilgelegd worden. De archeoloog moet wel alle vondsten en sporen documenteren.



Afbeelding 9: Archeologische begeleiding bij graafwerkzaamheden. Bron: RAAP.

2.3. Uitwerkende fase

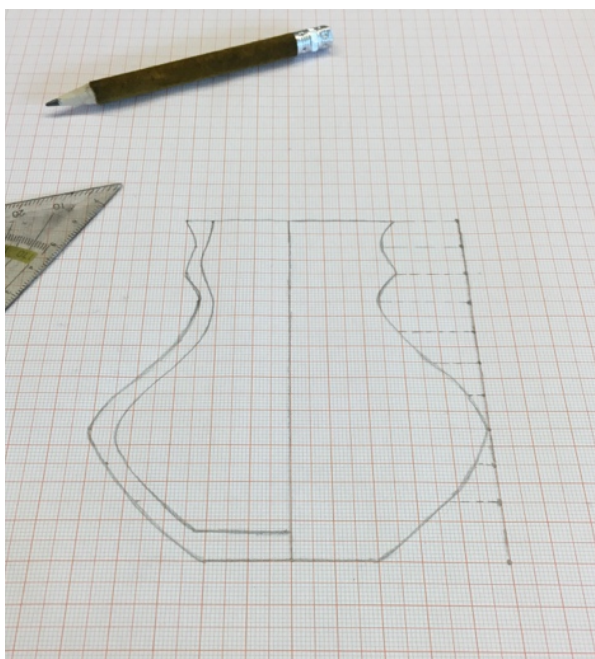
Na ieder archeologisch veldonderzoek moet de uitvoerende organisatie een onderzoeksrapport aanleveren bij de opdrachtgever en depothouder. De uitvoerende organisatie heeft uiterlijk twee jaar om het veldwerk uit te werken en alle documentatie aan te leveren. De documentatie die aangeleverd moet worden, bevat een database met alle informatie van het onderzoek. Hierin staan onder andere alle foto's van het onderzoek en de vondsten en de uitwerking daarvan. Voordat de vondsten uitgewerkt kunnen worden maken de archeologen vaak nog een selectie. Een selectie houdt in dat er gekeken wordt naar de informatiewaarde van een vondst. Mocht de informatiewaarde van de vondst hoog zijn wordt deze geselecteerd en verder verwerkt in het onderzoek. Wanneer bijvoorbeeld een klompje metaal meegenomen is maar deze niet bruikbaar is, wordt het klompje gedeselecteerd en niet meer meegenomen in de uitwerking van het onderzoek. Het uitwerken van vondsten bestaat uit het wassen van de vondsten (afbeelding 10), splitsen van de vondsten op bijvoorbeeld aardewerktype, het fotograferen van de vondsten (afbeelding 11), het tekenen van de vondsten (afbeelding 12), het determineren en dateren van de vondsten en het conserveren van de vondsten.



AFBEELDING 10: HET WASSEN VAN VONDSTEN. BRON: BODINE BOIN.



AFBEELDING 11: HET FOTOGRAFEREN VAN EEN VONDST. BRON: BODINE BOIN.



AFBEELDING 12: TEKENEN VAN EEN VONDST. BRON: BODINE BOIN.

Hoofdstuk 3: Archeologische begeleiding, proefsleuvenonderzoek en opgraving, *publieksgerichte stappen*

Dit hoofdstuk is opgedeeld in drie verschillende paragrafen. In de eerste paragraaf zullen de publieksgerichte stappen die ondernomen kunnen worden tijdens de archeologische veldwerkzaamheden: *begeleiding, proefsleuvenonderzoek en opgraving*, worden beschreven. De stappen zullen per onderzoeksfase worden beschreven. De tweede paragraaf bevat extra publieksgerichte stappen die nog ondernomen kunnen worden bij een opgraving. In de derde paragraaf staan wat algemene tips voor publieksbereik.

3.1. Basispakket publieksgerichte stappen

3.1.1. Stap 1: Voorafgaand van het onderzoek, minimaal 1 maand van tevoren

Bij de veldwerkzaamheden: een begeleiding, een proefsleuvenonderzoek en een opgraving is het van belang om de communicatie over het onderzoek voorop te zetten. Uit onderzoek is gebleken dat het tijdig informeren van het publiek, ongenoegen kan wegnemen. Vaak is er ook publiek dat weinig/geen sociale media of websites gebruikt die echter wel graag op de hoogte van het onderzoek gehouden wil worden. Voordat het onderzoek van start gaat is het daarom ook een optie om een oproep te plaatsen in de krant en op sociale media. Via de oproep kan men zich opgeven als belangstellende van het onderzoek. Hierdoor kunnen de belangstellenden gerichte informatie ontvangen via bijvoorbeeld e-mail of een nieuwsbrief over het onderzoek. Hieronder een overzicht van de diverse media die gebruikt kunnen worden voor het op de hoogte stellen van het publiek.

- De krant
- Facebook
- E-mail
- Website van de gemeente
- Nieuwsbrief

Via deze kanalen kan er verteld worden wat de werkzaamheden inhouden en dat deze werkzaamheden zich in een gebied afspelen waarvoor een hoge archeologische verwachting geldt. Daarnaast kan verteld worden waarom er voor dit soort onderzoek is gekozen en wanneer de uitvoering hiervan gaat plaatsvinden. Een archeologische begeleiding kan verschillen van omvang, toch is het bij een kleinschalige begeleiding van belang om het publiek hiervan op de hoogte te stellen. Door zelfs bij kleinschalige werkzaamheden communicatie met het publiek voorop te stellen, kan de belangstelling bij het publiek voor de archeologie groeien.

Tips persbericht

Een archeoloog mag niet zonder overleg met de opdrachtgever en bevoegd gezag een persbericht publiceren tenzij dit expliciet zo is afgesproken. De opdrachtgever, het bevoegd gezag en de archeoloog moeten eerst overleggen over de inhoud van het persbericht. Het is ook gebruikelijk om het logo van de opdrachtgever op het persbericht te plaatsen. Als bijlage aan dit document is een checklist toegevoegd voor het schrijven van een persbericht.

3.1.2. Stap 2: Tijdens onderzoek

Bij de uitvoering van het onderzoek geldt ook het advies om het publiek op de hoogte te houden via diverse media. Denk hierbij zoals voorheen aan: *krant, Facebook, e-mail, website van de gemeente, nieuwsbrief en/of diverse andere media die ter beschikking staan. Hieronder een voorbeeld van de berichtgeving die op deze media geplaatst kan worden.*

- Facebook, krant, website en nieuwsbrief: iedere keer dat er een bijzondere vondst is gedaan hier een stukje over schrijven en/of foto's plaatsen, zodat men het onderzoek 'op de voet' kan volgen.
- E-mail: de belanghebbende van een e-mail voorzien met de voortgang van het onderzoek en eventueel bijzondere vondsten en bevindingen.

Doordat het onderzoek continue aandacht krijgt zal men ook meer belangstelling hebben als er een bijzondere vondst wordt gedaan. Men is dan al op de hoogte van de voortgang van het onderzoek en zal dan ook sneller geïnteresseerd zijn wanneer er iets van archeologische waarde naar boven komt.

Wanneer veel archeologische waarden gevonden worden tijdens het onderzoek zijn meerdere opties mogelijk om het publiek hierbij te betrekken:

- **Een lezing** met uitleg over de archeologische vondsten en waarden met verdere uitleg over het vervolg van het onderzoek;

→**Voordelen:** Door het publiek archeologische vondsten te laten zien met verdere uitleg over de vondsten en de opgraving wordt de archeologie tastbaarder voor het publiek. Hierdoor kan het publiek inzien dat de archeologie betrekking heeft op hun voorouders en het dus wel degelijk belangrijk is om er waarde aan te hechten. Dit betekent ook dat het publiek meer waardering voor het archeologische onderzoek kan krijgen. De uitleg over het verdere onderzoek kan ook onrust wegnemen bij het publiek. Hierdoor weet het publiek namelijk hoe lang alle werkzaamheden plaatsvinden en hoelang de verstoring van hun omgeving zich aanhoudt.

→**Nadelen:** Het is aan te raden om de lezing te laten houden door een archeoloog van het opgravingsteam die bezig is met de opdracht. Zodat de voordrager van de lezing weet waarover gesproken wordt en eventuele vragen beantwoord kunnen worden. Aangezien dan een van de veldmedewerkers zich bezig moet houden met de lezing, kan het zijn dat de veldploeg een andere collega wil inzetten voor het buitenwerk. Hierdoor kunnen er extra loonkosten bijkomen. Verder moet er rekening gehouden worden met de voorbereidingskosten van de lezing en de eventuele kosten voor andere middelen die nodig zijn om de lezing plaats te laten vinden.

- **Een open dag/rondleiding** waarbij het publiek bij de werkzaamheden informatie krijgt over de archeologische waarden en vondsten die gevonden zijn;

→**Voordelen:** Deze activiteit zorgt er net als de lezing voor dat de archeologie tastbaarder wordt voor het publiek. Verder kan een open dag ervoor zorgen dat het publiek beter begrijpt wat de archeologische werkzaamheden zijn tijdens een archeologisch onderzoek. Door ervoor te zorgen dat het publiek het archeologisch onderzoek begrijpt en de kans krijgt om vragen te stellen, kan eventueel onbegrip weggenomen worden bij het publiek. Onbegrip kan ontstaan doordat men niet goed begrijpt waarom hun omgeving openligt voor een opgraving en wat de werkzaamheden inhouden. Verder hoeft een open dag niet veel te kosten.

Een mogelijkheid is het inzetten van een vrijwilliger als gids om het publiek in goede banen te leiden tijdens de open dag/rondleiding. Verder kan de vrijwilliger het publiek langs de werkzaamheden leiden en kunnen de archeologen vragen beantwoorden over hun werk en de vondsten. De archeologen kunnen tijdens deze vorm van open dag/rondleiding doorgaan met de werkzaamheden en dit is ook kosten drukkend. Het 'meekijken' bij de werkzaamheden kan ook een unieke ervaring voor het publiek zijn. Hierdoor ziet het publiek hoe het werk in zijn gang gaat.

→Nadelen: Het is mogelijk dat er geen vrijwilliger beschikbaar is als gids voor de open dag. Dit kan betekenen dat er toch iemand moet worden ingehuurd om gids te zijn. Hieraan zijn loonkosten en of een vergoeding verbonden. Verder kan er tijdens de open dag gebruik gemaakt worden van visuele informatie. Dit kan in de vorm zijn van een informatiefolder, kaartmateriaal et cetera. Het maken van deze visuele informatie kan kosten met zich mee brengen.

- **Een artikel** met informatie over de archeologische waarden en vondsten. In het artikel kunnen contactgegevens van een van de medewerkers worden opgenomen, zodat het publiek daar terecht kan met vragen;

→Voordelen: Een artikel is een middel waarmee een groot publiek bereikt kan worden in een korte tijd. Extra informatie verstrekken over de archeologische waarden en vondsten kan ervoor zorgen dat eventueel ongenoegen weggenomen wordt bij het publiek. Doordat het publiek op de hoogte wordt gesteld van de bijzondere dingen van het onderzoek, voelt het publiek zich betrokken. Dit zorgt voor een positieve sfeer rondom de werkzaamheden.

→Nadelen: Aan het schrijven en plaatsen van een artikel kunnen kosten verbonden zijn. De berichtgeving moet ook door meerdere partijen worden goedgekeurd. Bijvoorbeeld door de opdrachtgever, omdat er in veel gevallen zonder toestemming geen berichtgeving naar buiten mag gaan. Dit kan natuurlijk afwijken als dit zo is afgesproken in een contract. Verder is het handig om te overleggen over de berichtgeving met het archeologische team, sommige informatie kan namelijk beter gedeeld worden na de afronding van het onderzoek. Denk hierbij aan bijvoorbeeld bijzondere vondsten, waardoor het publiek iedere dag langskomt en vragen stelt. Dit kan vertraging opleveren tijdens de werkzaamheden. Ook kan het melden van bijvoorbeeld een bijzondere vondst een risico zijn. Dit kan bijvoorbeeld zorgen voor 'schatzoekers' die de archeologische site bezoeken in de nacht of avond voor eigen gewin.

- **Een vragenruimte** op een centrale plek in de gemeente. Bij dit uurtje kunnen archeologen aanwezig zijn voor het beantwoorden van vragen over de archeologie en een medewerker van de gemeente die vragen kan beantwoorden over het verdere onderzoek en verloop van zaken.

→Voordelen: Zoals eerder reeks vermeld kan het publiek zich meer betrokken voelen doordat ze geïnformeerd worden over de werkzaamheden. Dit kan ervoor zorgen dat eventueel ongenoegen weggenomen kan worden bij het publiek en er meer waardering ontstaat voor het lopende onderzoek.

→Nadelen: Aan dit vragenruimte kunnen loonkosten verbonden zijn voor de aanwezige archeologen en de medewerker van de gemeente.

- **Een speurtocht voor kinderen.** Leg een 'mini' opgravingsput aan vlakbij de opgraving zelf. Hierin kunnen wat vondsten worden verstopt, die de kinderen aan de hand van raadsels kunnen zoeken en vinden.

→Voordelen: Wanneer kinderen van jongs af aan in aanraking komen met archeologie en hier positieve herinneringen aan over houden, kan dit weer een voordeel bieden voor later.

De kinderen groeien op met archeologie en begrijpen de archeologie al vanuit de jeugd. Dit kan zorgen voor een groter draagvlak voor de archeologie. Men krijgt meer waardering voor de archeologie en hierdoor kan de archeologie groeien. Dit zorgt er allemaal voor dat er tijdens archeologische werkzaamheden een positieve sfeer ontstaat onder het publiek. De educatie van kinderen heeft niet alleen gevolgen voor de toekomst maar ook voor nu. Het enthousiasme wat kan ontstaan bij de kinderen kan zich namelijk uitbreiden naar de ouders. Waardoor ook de volwassenen meer begrip kunnen krijgen voor de archeologie en archeologische werkzaamheden.

→ **Nadelen:** Het vormgeven en het opzetten van deze activiteit kan kosten met zich mee brengen.

Extra tips open dag/rondleiding

De locatie van de opgraving is ook een hele belangrijke factor voor het succes van de open dag. Dit gaat gepaard met de hoeveelheid archeologische vondsten en sporen. Wanneer de open dag/rondleiding bij een opgraving in de binnenstad is, komt er altijd veel bekijks in tegendeel tot een open dag in een buitenwijk met weinig sporen. Dit heeft voor een deel te maken met de bewoningsdichtheid van de omgeving. In verhouding wonen in een stad meer mensen op een vierkante meter dan in een buitenwijk. Dit bekend dat in verhouding meer mensen in aanraking zullen komen met de open dag in een stad dan in een buitenwijk.

Een open dag/rondleiding kan uit drie fases bestaan:

- De introductiefase waarin de gids toelicht wat er allemaal verteld gaat worden;
- De informatiefase waarin de gids alle informatie over de opgraving en daaromheen vertelt;
- De verwerkings-afsluitfase waarin de gids een korte samenvatting van het verhaal geeft en de open dag/rondleiding afsluit.

Verder is het voor het geven van een rondleiding handig om een kaartje met steekwoorden mee te nemen voor tijdens de informatiefase. Dit kan ervoor zorgen dat het verhaal duidelijk en chronologisch blijft. Zoals eerder vermeld is extra visuele informatie ook aan te raden. Denk hierbij aan vondsten, kaartmateriaal en informatiefolders.

3.1.3. Stap 3: Afronding van het onderzoek

Bij de afronding van de archeologische werkzaamheden **zonder** archeologische vondsten of waarden is een vervolgbericht, op de berichtgeving uit de uitvoerende fase, in de media een goede stap. Het publiek wordt hierdoor op de hoogte gesteld van de afronding van het onderzoek. Men zal door deze berichtgeving niet achterblijven met vragen. Aangezien hieruit duidelijk wordt dat er geen archeologische vondsten of waarden gevonden zijn.

Bij de afronding van de archeologische werkzaamheden **met** vondsten of waarden is het tevens belangrijk om het publiek op de hoogte te stellen. De berichtgeving kan door middel van de eerdergenoemde diverse media. Verder zijn er een aantal opties die gekozen kunnen worden voor het presenteren van de archeologische waarden en vondsten aan het publiek:

- **Een lezing** met uitleg over de archeologische vondsten en waarden met verdere uitleg over de uitwerking van het onderzoek. Bij deze lezing kunnen eventuele vondsten worden tentoongesteld.

→**Voordelen:** Men blijft hierdoor niet met vragen achter na het onderzoek. Een lezing kan ook zorgen dat het publiek meer waardering krijgt voor de archeologie. De kracht in een lezing ligt in het enthousiast vertellen over de archeologische waarden en goed uitleggen dat het om de voorouders van het publiek gaat. Wanneer men zich kan identificeren met de archeologie ontstaat er nog meer waardering en dit kan effect hebben op de houding van het publiek op verdere archeologische werkzaamheden.

→**Nadelen:** Zoals eerder benoemd bij stap twee, nadelen onder het kopje lezing, kunnen er aan een lezing kosten verbonden zijn. Denk hierbij aan loonkosten en eventuele kosten die gemaakt kunnen worden voor het aanbieden van visuele informatie aan het publiek.

- **Een artikel** met informatie over de gevonden archeologische waarden en vondsten. Dit artikel kan ook verdere uitleg over de uitwerking van het onderzoek bevatten.

→**Voordelen:** Zoals eerder benoemd bij stap twee, voordelen onder het kopje artikel, is een artikel een goed middel om een groot publiek in korte tijd te bereiken en kan het informeren van het publiek zorgen voor een positieve invloed op de archeologie.

→**Nadelen:** Zoals eerder benoemd bij stap twee, nadelen onder het kopje artikel, kunnen er kosten, verplichtingen en gevolgen aan het vrijgeven van belangrijke informatie in een artikel verbonden zijn.

- **Het tentoonstellen van de vondsten** in een afsluitbare vitrinekast op een centrale plek in de gemeente. Bij de vondsten kan een uitleg over de vondsten worden geplaatst evenals foto's van het veldwerk.

→**Voordelen:** Een vitrinekast kan voor een langere periode worden gebruikt. Hiermee wordt voor een langere periode informatie vertrekt en is het publiek niet verbonden aan één enkel informatieverstrekkend moment tijdens en of na de werkzaamheden. Het publiek kan zo langere tijd toegang krijgen tot informatie. Dit kan ervoor zorgen dat ook meer mensen de kans krijgen om deze informatie te verkrijgen.

→**Nadelen:** De vitrinekast moet goed afsluitbaar zijn zodat men niet zomaar bij de vondsten kan komen. Verder moet er een bruikleen afspraak gemaakt worden met het depot waar de vondsten aan toebehoren. De uitleg die in de vitrinekast wordt weergegeven, tevens als de vitrinekast zelf kunnen kosten met zich mee brengen. De vitrinekast moet worden onderhouden, denk hierbij aan het schoonmaken van het glas.

- **Het maken van een folder of informatieboekje** met het verloop van het onderzoek en de gevonden archeologische waarden en vondsten. Dit kan verspreid worden via de post of kan op een centrale plek neergelegd worden, waar men deze kan meenemen.
 - Voordelen: Een folder of informatieboekje is een goed middel om informatie snel en in grote mate te verspreiden. Hierdoor kunnen zelfs mindervalide mensen die aan huis gebonden zijn informatie verkrijgen over de archeologische werkzaamheden en alle vondsten en waarden die gevonden zijn.
 - Nadelen: Aan het vormgeven, drukken en verspreiden van de folder of het informatieboekje kunnen kosten verbonden zijn.
- **Een kort informatiefilmpje** gemaakt door de archeoloog. Hierin kan de archeoloog vertellen over de archeologische waarden en vondsten. Dit filmpje kan beschikbaar gesteld worden op diverse media en heeft hierdoor een groot bereik onder het publiek.
 - Voordelen: Een informatiefilmpje hoeft maar eenmalig gemaakt te worden en is makkelijk te verspreiden. Verder is een informatiefilmpje voor iedereen toegankelijk.
 - Nadelen: Het maken van een informatiefilmpje kan kosten met zich meebrengen. De kosten waar rekening mee gehouden moet worden zijn de loonkosten en de voorbereidingskosten. De kosten voor het maken van het filmpje, denk hierbij aan de apparatuur, kunnen vermeden worden door eigen apparatuur in te zetten of apparatuur in bruikleen te nemen.

3.2. Extra publieksgerichte stappen opgraving

Een opgraving is vaak van een grote omvang en duurt ook vaak een aantal weken of langer. Een opgraving krijgt daarom vaak meer aandacht van het publiek. Aangezien een opgraving groter en van langere duur is, zijn er ook meerdere publieksgerichte stappen die ondernomen kunnen worden. De extra publieksgerichte activiteiten die tijdens een opgraving georganiseerd kunnen worden zijn hieronder weergegeven.

- **Het opzetten van een uitkijkpunt over de opgravingsput.** Dit kan door middel van een veilige grote trap, met een omheind 'balkon' bovenaan. Verder kan het ook doormiddel van een container die tevens als pop-up ArcheoHotspot gebruikt kan worden. In de container kunnen vondsten gewassen worden met vrijwilligers en op de container kan een omheind uitkijkpunt komen over de opgravingsput.

→Voordelen: Op deze manier wordt de archeologie voor het publiek tastbaar. 'Men kan meedoen' als het ware. Het opzetten van een uitkijkpunt en de pop-up ArcheoHotspot kan veel aandacht van de media krijgen. Dit kan positieve reclame zijn voor de opdrachtgever en de archeologische werkzaamheden zelf. Deze activiteit kan ook weer voor een groter draagvlak voor de archeologie zorgen wat weer positieve invloed heeft op werkzaamheden in de toekomst.

→Nadelen: Het opzetten van een uitkijkpunt vergt veel organisatie en gaat gepaard met grote uitgaven. De kosten kunnen iets gedrukt worden door aan het publiek entree te vragen om het uitkijkpunt te betreden.

- **Een archeologisch 'festival'** met historische kraampjes uit de archeologische periode waarvan veel vondsten en sporen tijdens de opgraving zijn gevonden. Verder kan het festival worden aangevuld met interactieve stands waar men bijvoorbeeld zelf een vondst kan wassen, een historische armband gevlochten kan worden, een kaars gemaakt kan worden et cetera.

→Voordelen: Een archeologisch 'festival' kan meerdere doelgroepen trekken. Dit soort festivals worden namelijk echt gezien als een gezinsuitje. Het is een goede manier om een groot publiek te betrekken bij de archeologie. Verder kan het gezien worden als een interactieve dag. Aangezien het publiek op het festival kan leren over archeologie en meedoen aan eventuele activiteiten. Een archeologisch 'festival' trekt ook veel media-aandacht en dat kan een positieve invloed hebben op de archeologie.

→Nadelen: Het evenement vergt veel organisatie en kan hoge financiële kosten met zich meebrengen. De kosten kunnen deels gedrukt worden door bijvoorbeeld vrijwilligers van bijvoorbeeld historische verenigingen te vragen voor de organisatie. Het inzetten van lokale organisaties kan gezien worden als een kans voor het vergroten van de draagkracht voor de archeologie. Deze organisaties zorgen immers voorheen al voor lokale draagkracht voor historie en archeologie in de omgeving. Wanneer deze organisaties zich voegen bij de organisatie kan dit zorgen voor een positieve houding ten opzichte van dit soort activiteiten en archeologische werkzaamheden in het algemeen. Deze positieve houding kan uit stralen naar de rest van de lokale bevolking.

- **Een vlog**, die wekelijks op sociale media wordt geplaatst. Waarin de voortgang het onderzoek wordt verteld op een enthousiaste manier. Dit zorgt ervoor dat men ook vanuit huis mee kan kijken bij de opgraving.

→Voordelen: De voordelen van een vlog komen overeen met de voordelen van de andere sociale media publieksgerichte mogelijkheden. De vlog kan op verschillende sociale media worden geplaatst en is zo voor een groot publiek toegankelijk.

→Nadelen: Het maken van de vlog kan eventuele kosten met zich meebrengen. Deze kosten kunnen gedrukt worden door bijvoorbeeld een oproep te doen aan een lokale historische vereniging, het publiek uit de omgeving, een archeologie student en of dergelijke om mee te werken aan de vlog en of deze op zich te nemen.

- **Publieksparticipatie in de vorm van een publieksopgraving.** Uit onderzoek is gebleken dat het publiek graag mee doet met de archeologen. Dit kan een goede manier zijn om het publiek te enthousiasmeren voor de archeologie.

→Voordelen: Een publieksopgraving kan worden opgezet voor een grote doelgroep. Hierdoor bereikt de archeologie meer verschillende mensen. Door men mee te laten doen met het opgraven of een fictieve opgraving op te zetten, kan er meer begrip ontstaan voor de archeologische werkzaamheden en dit kan zorgen voor een vergroting van het draagvlak voor de archeologie.

→Nadelen: Het opzetten van een publieksopgraving vergt veel organisatie en kan hoge kosten met zich meebrengen.

- **Het maken van een archeologische app.** In de app kan extra informatie worden gezet over archeologische werkzaamheden. Verder kan in de app bijvoorbeeld een 3D-model van een gereconstrueerde archeologische vindplaats worden weergegeven. De app kan wandeltochten bevatten met wandelingen langs archeologische vindplaatsen. Ga zo maar door!

→Voordelen: Een app heeft eigenlijk 'honderden' mogelijkheden en is toegankelijk voor iedereen met een smartphone. Het enige wat het publiek hoeft te doen is de app te downloaden. Verder is een app een goede manier om de jongere generatie aan te spreken.

→Nadelen: Het maken van een app is vrij lastig en wordt daardoor meestal gedaan door een extern bedrijf. De kosten van de app beginnen bij enkele duizenden euro's en kunnen hoog oplopen.

3.3. Tips algemeen

Publieksgericht te werk gaan is breder dan alleen evenementen en dagen organiseren. Wanneer er al eerder archeologisch onderzoek is gedaan in de gemeente is het ook een optie om deze rapporten online beschikbaar te stellen. Zo wordt archeologie toegankelijker voor het publiek.

Hoofdstuk 4: Publieksgerichte organisaties

In dit hoofdstuk zijn verschillende mogelijkheden opgenomen om archeologie door het jaar heen in de belangstelling te laten staan. Door archeologie het gehele jaar door aandacht te geven, kan er meer belangstelling komen bij de inwoners uit de omgeving. Inwoners krijgen vaak meer belangstelling voor de archeologie wanneer er meer informatie bekend wordt en er vaker aandacht aan besteed wordt. Hierdoor komt archeologie in het collectief geheugen van de inwoners en op deze manier wordt er meer interesse gecreëerd.

4.1. Nationale Archeologiedagen

De Nationale Archeologiedagen zijn drie aaneengesloten dagen in het jaar in de maand oktober. Deze dagen worden georganiseerd in een weekend en daarbij staat het publieksbereik omtrent de archeologie centraal. Deze dagen zijn bedoeld om het publiek op een leuke en interactieve manier kennis te laten maken met archeologie. Organisaties en instanties kunnen zich aanmelden om mee te doen met deze dagen. De organisaties en instanties mogen zelf bedenken welke activiteiten ze willen aanbieden tijdens de Nationale Archeologiedagen. Enkele voorbeelden zijn: lezingen, rondleidingen, workshops en pub quizen. De organisatie staat ook open voor andere creatieve ideeën.

Het inschrijven voor de nationale archeologiedagen kan via: <https://www.archeologiedagen.nl/deelnemen/>. Op deze pagina zijn ook verwijzingen naar een inspiratiepagina voor de activiteiten en een verwijzing naar de pagina met de contactgegevens van de coördinatoren van de provincies.

4.2. ArcheoHotspot

Een ArcheoHotspot is een plek waar publiek kennis kan maken met archeologie. De organisatie van de ArcheoHotspots staat in voor het verbeteren van de publieksinteractie met de archeologie. Een hotspot kan tijdelijk of permanent zijn. De tijdelijke ArcheoHotspots hebben een overeenkomst met pop-up stores. Ze verschijnen tijdelijk op een plek en verdwijnen daarna weer. Het grote verschil met een pop-up store is dat de ArcheoHotspots gratis te bezoeken zijn en men leert er over de archeologie. Bij een ArcheoHotspot kan het publiek meehelpen aan het uitwerken van archeologisch onderzoek. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het sorteren, wassen en plakken van vondsten. Een ArcheoHotspot biedt ook andere activiteiten en lezingen aan.

Voor het starten van een eigen ArcheoHotspot of het inhuren van de pop-up ArcheoHotspot kan contact opgenomen worden met de organisatie via: info@archeohotspots.nl.

Voor meer informatie ga naar: <http://www.archeohotspots.nl/>.

4.3. Open Monumentendag

Open Monumentendag wordt elk jaar in het tweede weekend van september georganiseerd. Tijdens deze twee dagen zijn monumenten gratis door publiek te bezoeken. Ieder jaar heeft de Open Monumentendag een thema. Monumenten die in dit thema vallen kunnen het publiek dan toegang geven tot het monument. Tijdens Open Monumentendag worden ook andere activiteiten georganiseerd, zoals fietsroutes, wandelingen, tentoonstellingen, muziekvoorstellingen, rondleidingen, speurtochten et cetera. Verder zijn er door het jaar heen ook regionale monumentendagen met een eigen thema. Dit worden Open Monumentendag Specials genoemd en worden ook door heel het land georganiseerd. De organisatie van de Open Monumentendag zegt dat het verbinden van het publiek met het nationale erfgoed tijdens deze dag/dagen centraal staat. Archeologie en erfgoed zijn verbonden en deze dag is daarom ook een mooie gelegenheid om het publiek hiervan op de hoogte te stellen.

Het meewerken aan de Open Monumentendag kan via:

<https://www.openmonumentendag.nl/meewerken/>.

4.4. Publieksgerichte bedrijven

Archeologie kan ook goed onder de aandacht gebracht worden door het inzetten van instanties/bedrijven die gespecialiseerd zijn in publieksbereik in de archeologie. Op de site van Vereniging van Ondernemers in Archeologie (VOiA) zijn een aantal bedrijven te vinden die zich inzetten voor de presentatie van de archeologie. Hieronder zal een korte weergave gegeven worden van de aangesloten bedrijven op de VOiA die zich bezighouden met de presentatie van de archeologie.

Bedrijf: Aardewerk & Archeologie

Locatie: Zutphen

Telefoonnummer: 06 - 26 09 49 92

Email: info@aardewerkenarcheologie.nl

Beschrijving: Aardewerk & archeologie onderzoekt, analyseert, rapporteert en presenteert aardewerk uit de brons- en ijzertijd, Romeinse tijd en vroege en volle middeleeuwen.

Bedrijf: BCL Archaeological Support

Locatie: Amsterdam

Telefoonnummer: 06 – 15 25 39 63/ 06 – 24 99 96 00

Email: info@bcl-support.nl

Beschrijving: BCL Archaeological Support ondersteunt bij het uitwerken, visualiseren en publiceren van archeologisch onderzoek. Het bedrijf vertaalt Nederlands naar Engels, maakt illustraties en 3D constructies, doet de opmaak en redactie van publicaties, doet archeologisch tekenwerk, werkt met automatisering en GIS numismatiek.

Bedrijf: De Historische Keuken, De Smaak van Het Verleden

Locatie: Schipluiden

Telefoonnummer: 015 – 380 78 46/ 06 – 41 27 34 40

Email: claudia@dehistorischekeuken.nl

Beschrijving: De Historische Keuken verzorgt historische culinaire bijeenkomsten en proeverijen vanuit archeologisch onderzoek gebaseerd op opgravingsresultaten. Verder geeft de historische keuken kooklessen, lezingen met proeverijen, smaaklessen voor scholieren en de reconstructie van (lokale) recepten.

Bedrijf: Echo information design

Locatie: Roosendaal

Telefoonnummer: 06 – 10 10 29 67

Email: y.lammers@echo-id.nl

Beschrijving: Echo information design ontwikkelt en voert archeologische tentoonstellingen uit. Verder maakt Echo information design 2- en 3D visualisaties, educatieve games, teksten en tekstredactie.

Bedrijf: Erfgoed ECO

Locatie: Amersfoort

Telefoonnummer: 06 – 14 55 61 69

Email: m.woltering@erfgoedeco.nl

Beschrijving: Erfgoed ECO houdt zich bezig met educatie, communicatie en organisatie van erfgoed en archeologie. Verderzetten ze publiekscampagnes op, organiseren ze (archeologische) publieksevenementen, geven ze boekpresentaties, ontwikkelen ze lesmateriaal en verzorgen ze beurspresentaties.

Bedrijf: Germ Berkenbosch Archeologische Illustraties

Locatie: Leuth

Telefoonnummer: 06 – 22 01 55 08

Email: info@germberkenbosch.nl

Beschrijving: Germ Berkenbosch Archeologische Illustraties tekent archeologische vondsten.

Bedrijf: John Rabou Illustrator

Locatie: 's Hertogenbosch

Telefoonnummer: 073 – 613 73 37/ 06 – 33 78 76 90

Email: johnrabou@me.com

Beschrijving: John Rabou Illustrator maakt historische en archeologische illustraties voor educatieve presentaties, publiëksuitgaven en voor museale- en tentoonstellingsprojecten.

Bedrijf: KF in Heritage

Locatie: Geulle

Telefoonnummer: 06 – 25 03 61 23

Email: info@kfproductions.nl

Beschrijving: KF in Heritage adviseert en produceert projecten op het gebied van erfgoedcommunicatie. Dit gebeurt aan de hand van mobiele- en desktop-websites, documentaires, toeristische routes en informatiepanelen.

Bedrijf: Marbles

Locatie: Amsterdam

Telefoonnummer: 06 – 55 30 50 88

Email: info@marbles-events.nl

Beschrijving: Marbles organiseert congressen, themadagen en andere evenementen op archeologisch of cultureel gebied.

Bedrijf: Military Legacy

Locatie: Dordrecht

Telefoonnummer: 06 – 50 65 34 32

Email: military.legacy@gmail.com

Beschrijving: Military Legacy is gespecialiseerd in een combinatie van krijgsgeschiedenis en archeologie. Ze maken bureauonderzoeken, doen veldwerk, geven advies, geven begeleiding, doen specialistisch onderzoek, determineren, maken publicaties, maken tentoonstellingen en maken verfilmingen.

Bedrijf: Regula

Locatie: Rotterdam

Telefoonnummer: 010 – 482 51 03

Email: martinhense@hotmail.com

Beschrijving: Regula maakt archeologische (3D)- reconstructies, objecttekeningen, illustraties voor tentoonstellingen, educatieve projecten en publicaties.

Bedrijf: Salisbury Archeologie b.v.

Locatie: Assen

Telefoonnummer: 085 – 303 15 40/ 06 – 53 61 09 00

Email: info@salisburybv.nl

Beschrijving: Salisbury Archeologie b.v. maakt bureauonderzoeken, doet inventariserend veldonderzoek overig en proefsleuven, doet aan opgraven, advisering, conservering en restauratie.

Bedrijf: TGV teksten en presentatie

Locatie: Leiden

Telefoonnummer: 071 – 512 84 20/ 06 – 12 64 73 14

Email: info@tgvpresentaties.com

Beschrijving: TGV teksten en presentatie verzorgt populairwetenschappelijke publicaties over archeologie en (cultuur)historie, maakt tentoonstellingen, maakt AV-producties, doet redactie en beeldredactie, maakt educatief materiaal en communicatieprojecten rond opgravingen. Verder geven ze advies en organisatie tijdens opgravingen.

Bedrijf: Tijdlab

Locatie: Deventer

Telefoonnummer: 06 – 55 68 36 61

Email: info@tijdlab.nl

Beschrijving: Tijdlab maakt presentaties van archeologie en cultuurhistorie door middel van verschillende presentatietechnieken zoals hologrammen, virtual en augmented reality en webbased diensten. Tijdlab werkt altijd vanuit archeologische en educatief perspectief.

Bedrijf: Uit de Tijd

Locatie: Apeldoorn

Telefoonnummer: 055 – 366 81 53

Email: uitdetijdnu@gmail.com

Beschrijving: Uit de Tijd verwerkt archeologie in de vorm van educatie voor jong en oud. Het bedrijf maakt educatieve projecten, leskisten, doemiddagen, tentoonstellingen, touchscreens, films, verhalen, teksten en publicaties.

Bedrijf: Vriens Archeo Flex bv

Locatie: Moergestel

Telefoonnummer: 013 – 513 28 15

Email: info@vriensarcheo.nl

Beschrijving: Vriens Archeo Flex bv doet aan werving en selectie, uitzenden en detacheren van onder andere archeologisch personeel, fysisch en (cultuur)historisch geografen, geologen, automatiseringsdeskundigen, beleidsmedewerkers, redacteurs en specialisten. Ze geven pay-roll mogelijkheden en arbeidsrechtelijk advies.

Bedrijf: Weleer

Locatie: Amsterdam

Telefoonnummer: 06 – 52 46 10 65

Email: info@weleer.nl

Beschrijving: Weleer verzorgd tentoonstellingen en publieksmanifestaties. Verder maakt weleer teksten voor boeken en doet de (eind)redactie van boeken, maakt folder, maakt websites en doet aan evenementorganisatie en projectmanagement.

Meer informatie over deze bedrijven is te vinden op: <http://www.voia.nl/presentatie.html>.

Hoofdstuk 5: Archeologisch informatiepunt

In dit hoofdstuk wordt toegelicht hoe de archeologie het gehele jaar onder de aandacht kan blijven in een gemeente. Voor deze publieksgerichte optie hoeft er geen samenwerking aangegaan te worden met een organisatie, zoals de organisaties in het vorige hoofdstuk.

Archeologie is voor veel mensen nog vaak een vaag begrip. Men weet niet goed wat het inhoudt en hoe het in zijn werk gaat. Een informatiepunt in de gemeente kan daarom ook van waarde zijn. Een informatiepunt is een plek waar men dagelijks of iedere week terecht kan om meer te leren over de archeologie. De vraag luidt nu: hoe wordt een informatiepunt opgezet en hoe wordt deze ingedeeld? Hieronder wordt de opzet en de indeling van een informatiepunt in stappen toegelicht.

5.1. Stap 1: Stel een centrale locatie vast

Vaak hebben gemeentehuizen een kamer of ruimte in het gebouw waar niks of weinig mee gedaan wordt. Deze ruimte kan omgebouwd worden tot een informatiepunt voor de archeologie die dan permanent of doormiddel van deelgebruik kan worden gebruikt. Wanneer een ruimte in het gemeentehuis geen optie is, kan er gekeken worden naar andere gemeentelijke gebouwen waar eventueel ruimte is. Mocht dit geen optie zijn dan kan er gekeken worden naar leegstaande gebouwen of ruimtes in bezit van de gemeente.

Nu luidt de vraag; waar moet de ruimte aan voldoen om als archeologisch informatiepunt te worden gebruikt? Hieronder zal een checklist worden weergegeven met een aantal punten waar opgelet moet worden bij het zoeken naar een goede ruimte:

- ✓ Een centrale locatie met parkeermogelijkheden.
De locatie moet voor iedereen makkelijk te bereiken en te vinden zijn.
- ✓ Toegankelijk voor iedereen.
Zorg ervoor dat ook publiek dat mindervalide is makkelijk naar binnen kan.
- ✓ Minimaal een ruimte van 10 vierkante meter.
De ruimte moet niet te klein zijn aangezien het publiek ook met meerdere personen de ruimte moet kunnen bezoeken.
- ✓ Goede belichting in de ruimte (veel ramen, veel lampen)
De informatie die verschaft wordt in deze ruimte moet wel goed leesbaar en zichtbaar zijn voor iedereen.
- ✓ Beveiligingsmogelijkheden.
De ruimte moet goed beveiligd kunnen worden om diefstal en vernieling tegen te gaan.

5.2. Stap 2: Stel een budget vast

Het budget is afhankelijk van de locatie. Wanneer een ruimte in het gemeentehuis gebruikt wordt voor het informatiepunt zijn geen extra loonkosten verbonden aan het draaiende houden van het informatiepunt. Het gemeentehuis is namelijk altijd wel bemand met meerdere medewerkers. Het is dan alleen van belang om de ruimte open te stellen, tussendoor even te controleren of de ruimte nog netjes is en af te sluiten aan het einde van de dag. De ruimte moet namelijk zelfvoorzienend zijn in het verstrekken van informatie, zonder dat er mondelinge toelichting voor nodig is. Wanneer het informatiepunt in het gemeentehuis draait is er ook altijd nog sprake van sociale controle door passerende medewerkers. Verder moeten voorwerpen die niet aangeraakt mogen worden op een plek liggen waar niemand bij kan (denk hierbij aan een vitrine met slot). Verder zijn de kosten voor de materialen voor de inrichting van de ruimte eenmalig.

Hieronder een checklist met de mogelijke kosten die verbonden zijn aan een centraal informatiepunt buiten het gemeentehuis.

- ✓ Loonkosten.
- ✓ Beveiligingskosten.
- ✓ Eventuele huur.
- ✓ Schoonmaakkosten.
- ✓ Eenmalige Inrichtingskosten.
- ✓ Bewegwijzering naar het informatiepunt toe.
- ✓ Reclame.

Hieronder een checklist met kosteloze opties voor een centraal informatiepunt.

- ✓ Het inzetten van vrijwilligers.
- ✓ Bruikleen aankleding.
Spullen voor de inrichting van informatiepunt in bruikleen gebruiken van een andere instantie of archeologisch bedrijf.

5.3. Stap 3: Stel openingstijden vast

Het is belangrijk om deze tijden goed te communiceren met de inwoners van de gemeente. De locatie van het informatiepunt staat centraal bij het vaststellen van de openingstijden. Wanneer het informatiepunt in het gemeentehuis is, is het handig om de reguliere openingstijden van het gemeentehuis aan te houden. Wanneer het informatiepunt op een andere locatie plaatsvindt kunnen andere openingstijden worden gekozen.

Hieronder een checklist voor de openingstijden.

- ✓ Stel de doelgroep vast.
 - Volwassenen met een baan hebben vaak doordeweeks werkdagen van acht uur. Dit betekent dat deze personen doordeweeks geen/weinig mogelijkheden hebben om overdag andere activiteiten te doen. Voor deze doelgroep zou er gekozen kunnen worden voor openingstijden in de avond van maandag tot vrijdag of voor openingstijden in het weekend.
 - Basisschoolkinderen hebben iedere weekdag behalve woensdagmiddag school tot drie uur in de middag. Op woensdagmiddag zijn de meeste schoolkinderen al om half één vrij. Voor deze doelgroep kan er gekozen worden voor openingstijden op woensdagmiddag en in het weekend. Bij deze doelgroep kunnen de openingstijden natuurlijk ook worden vastgesteld voor in de schoolvakanties. Aangezien deze kinderen 12 jaar en jonger zijn, worden de openingstijden in de avond afgeraden bij deze doelgroep.
 - Leerlingen van de middelbare school en studenten van vervolgonderwijs hebben vaak ook iedere dag school. Deze leerlingen en studenten hebben de woensdagmiddagen niet eerder vrij. Voor deze doelgroep kunnen de openingstijden vastgesteld worden in de avond en/of het weekend.
 - Gepensioneerde hebben geen baan of studie waar zij rekening mee moeten houden. Hun schema is een stuk flexibeler dan van andere doelgroepen. Voor deze doelgroep is het niet nodig om aangepaste openingstijden te hebben.
- ✓ Geef de openingstijden duidelijk weer.

De openingstijden moeten bij de ruimte duidelijk aanwezig zijn. Bij verdere reclame over het informatiepunt is het ook altijd verstandig om de openingstijden weer te geven. De openingstijden kunnen ook beschikbaar gemaakt worden op het internet, zodat men altijd deze informatie kan verkrijgen als ernaar gezocht wordt.

5.4. Stap 4: Het indelen en aankleden van een informatiepunt

De indeling en aankleding van het informatiepunt kan vormgegeven worden naar eigen invulling. Hieronder zullen een aantal suggesties voor de aankleding en de indeling van een informatiepunt worden weergegeven in de vorm van een checklist.

- ✓ Het weergeven van algemene archeologische informatie.
Aangezien het informatiepunt een centraal punt is waar over archeologie geleerd kan worden, is het aan te raden om algemene informatie over de archeologie hier te presenteren. Dit kan in de vorm van een informatieboekje of bijvoorbeeld in de vorm van een poster waarop de processtappen worden uitgelegd.
- ✓ Het weergeven van de archeologische periodes.
Verder kan er bijvoorbeeld een poster gemaakt worden waarop de archeologische periodes worden getoond met een getekende illustratie ter ondersteuning. Deze periodes kunnen gekoppeld worden aan de canon van Nederland. De canon van Nederland is een tijdlijn waarin de belangrijkste historische gebeurtenissen in Nederland worden belicht.
- ✓ Archeologisch onderzoek uit de omgeving weergeven.
Verder kunnen foto's of rapporten van archeologische onderzoeken in de gemeente worden weergegeven in het informatiepunt, zodat de inwoners ook op de hoogte zijn van de archeologie in hun woonplaats. Dit kan leiden tot meer waardering voor de archeologie.
- ✓ Het tentoonstellen van vondsten.
Ook is het mogelijk om in het informatiepunt een afsluitbare vitrinekast te plaatsen waarin vondsten van afgelopen archeologische onderzoeken weergegeven kunnen worden. In de rapporten van de archeologische onderzoeken staat vermeld in welk depot de vondsten zijn gedeponereerd. Voor de bruikleen van deze vondsten dient contact opgenomen te worden met het desbetreffende depot, zodat een bruikleenovereenkomst vastgesteld kan worden.

Dit zijn enkele voorbeelden van belangrijke aandachtspunten die toegepast kunnen worden bij het indelen van een archeologisch informatiepunt.

5.5. Tip

Voor het opzetten van een archeologisch informatiepunt kan er ook een samenwerking aangegaan worden met plaatselijke amateurarcheologen en/of een plaatselijke historische vereniging die onder de begeleiding van een archeoloog dit informatiepunt kunnen ondersteunen.

Bijlage 1: Archeologische periodes

Archeologische periodes			
Tijdperk			Datering
Nieuwste tijd (=Nieuwe tijd C)			1795
Nieuwe tijd		B	1650
		A	1500
Middeleeuwen		Laat	1250
		Vol	1050
	Vroeg	Ottoons	900
		Karolingisch	725
		Merovingisch laat	525
		Merovingisch vroeg	450
Romeinse tijd		Laat	270
		Midden	70 na Chr.
		Vroeg	15 voor Chr.
Prehistorie	IJzertijd	Laat	250
		Midden	500
		Vroeg	800
	Bronstijd	Laat	1100
		Midden	1800
		Vroeg	2000
	Neolithicum (Nieuwe Steentijd)	Laat	2850
		Midden	4200
		Vroeg	4900/5300
	Mesolithicum (Midden Steentijd)	Laat	6450
		Midden	8640
		Vroeg	9700
	Paleolithicum (Oude Steentijd)	Laat	12.500
		Jong B	16.000
		Jong A	35.000
		Midden	250.000
		Oud	

tabel11_standaard_Archeologisch_RAAP_2010

Bron: RAAP.

Bijlage 2: Checklist persbericht

Bron: RAAP

Praktische tips bij het schrijven van een persbericht

Deze checklist is bedoeld als handreiking bij het schrijven van een persbericht. Een persbericht is een geijkte methode om nieuws door te geven en openbaar te maken. Het is een mededeling van een instelling bedoeld voor publicatie in enig medium, al dan niet in gewijzigde vorm. De redactie van een dagblad krijgt wel zo'n 200 persberichten per dag binnen. Het is dus belangrijk er goed uit te springen. Hoe je het maken van een persbericht aanpakt en welke elementen het bericht in ieder geval moet bevatten, staat in het onderstaande puntsgewijs aangegeven. De informatie is gebaseerd op literatuur over public relations en voorlichting.

VOORBEREIDING

- Ga allereerst na of het onderwerp of de mededeling wel nieuwswaarde heeft en dus actueel is. Een onderwerp heeft nieuwswaarde als het voor veel mensen van belang is, uit betrouwbare en gezaghebbende bron komt, om een actuele zaak gaat en/of een menselijk element ('human interest') bevat. Eén van deze vier voorwaarden moet in ieder geval vervuld zijn; ideaal is het als alle vier elementen aanwezig zijn.
- Bepaal voor wie de tekst bestemd is, in verband met de keuze van taalgebruik en zinsopbouw, ofwel; leef je in in de lezer.
- Zet op een rij welke gegevens in ieder geval in de tekst moeten worden verwerkt. Het bericht moet 'nieuws' en een aantal feitelijke gegevens bevatten.

ELEMENTEN VAN EEN PERSBERICHT

1. Schrijft bovenaan met grote letters '**Persbericht**'.
2. Vermeld als afzender: **naam, adres, telefoon-, faxnummer, e-mailadres en website**; dit kan zowel boven als onder het bericht.
3. Schrijf de **datum** boven of onder het bericht.
4. **Lengte**: het verdient de voorkeur een persbericht niet langer te laten worden dan één (hooguit anderhalf) A4-tje. Gebruik bij meer dan één pagina een paginanummering.
5. Zet een **titel** boven het bericht: een aansprekende kop, kort, zonder overbodige lidwoorden (een aanhef als L.S., mijne heren of iets dergelijks is overbodig).
6. Houd een brede **marge** aan de linkerzijde van minstens 3,5 centimeter en een **regelafstand** van anderhalf aan (ruimte voor aanvullingen, wijzigingen enzovoort voor de journalist).
7. **Taal en stijl**:
 - De tekst moet helder, overzichtelijk, eenvoudig van woordkeuze, beknopt en vrij van spel- en stijlfouten zijn
 - Pas consequent de nieuwe spelling toe
 - Maak zinnen niet te lang maar ook niet te kort (voor een 'algemeen publiek' een gemiddelde zinslengte van tien à vijftien woorden).
 - Een bericht wint aan levendigheid en actualiteit door het in de tegenwoordige tijd of voltooid tegenwoordige tijd te schrijven en in de actieve vorm.
8. **Objectiviteit**: persberichten zijn zakelijke mededelingen, gebaseerd op feiten. Verkooppraat en wervende teksten zijn uit den boze. Om te voorkomen dat de mededeling in de prullenbak van de journalist belandt, moet de afzender in ieder geval geen enkele kwalificatie aan het bericht verbinden (dit is zó geweldig, plaats dit!). De journalist is zelf in staat te bepalen of het bericht interessant is voor zijn lezers.
9. **De opening** moet een samenvatting geven van het wezenlijke van het bericht. Vuistregel: houd voor de eerste alinea de vijf W's + H voor ogen: Wie?, Wat?, Waar?, Wanneer?, Waarom? en Hoe?
10. Vooral in lange berichten zijn **tussenkoppen** nuttig: ze bieden de journalist een snelle oriëntatie op de inhoud van het persbericht. Stel ze zo op dat ze direct overgenomen kunnen worden in de redactionele tekst: uiterst kort, indien mogelijk slechts één woord.

11. Zorg dat het persbericht '**oprolbaar**' is, dat wil zeggen dat de minst belangrijke informatie achteraan staat, zodat de tekst bij onvoldoende plaatsingsruimte ingekort kan worden, zonder dat de essentie van het bericht verloren gaat.
12. Maak onderscheid tussen de tekst die gebruikt mag worden voor publicatie (openbaar gedeelte) en de mededeling aan de pers (niet voor publicatie). Dit laatste wordt over het algemeen '**noot voor redactie**' genoemd en onderaan geplaatst. Er staat bijvoorbeeld aangegeven bij wie informatie ingewonnen kan worden, waar bijlagen of foto's te verkrijgen zijn, waar en wanneer een bepaalde gebeurtenis gaat plaatsvinden.
13. Het is overbodig het persbericht vergezeld te laten gaan van een afzonderlijke **mededeling aan de redactie**, waarin staat dat bijgaand een persbericht is toegezonden (dat ziet de journalist ook wel) en verzocht wordt het bericht ongewijzigd op te nemen.
14. In de meeste gevallen is het zinloos een persbericht een **embargo** mee te geven (embargo is het verbod op plaatsing vóór een door de zender bepaalde tijd), uitzonderingen als bijvoorbeeld de troonrede daargelaten. De vermelding 'verzoeken niet te publiceren vóór ...' kan soms wel zinvol zijn, maar dan is er echter geen sprake van een embargo, het is slechts een verzoek.
15. Het persbericht kan eventueel vergezeld gaan van een **bijlage**, zoals een foto, illustratie, samenvatting o.i.d.
16. Een **foto** (of een illustratie) moet iets toevoegen aan het persbericht en het bericht kunnen verduidelijken. Een fotobijschrift ter verduidelijking van de foto verdient aanbeveling. Een foto die aan de pers wordt aangeboden dient vrij te zijn van copyright.
17. Vooral bij het toezenden van een persbericht aan tijdschriftredacties moet rekening gehouden worden met **deadlines**: de inhoud van tijdschriften die maandelijks verschijnen wordt vaak al twee maanden voor de verschijning bepaald, de aanleveringsdatum bij de drukkerij is meestal één maand voor verschijning.

TENSLOTTE

Laat de concept-tekst enige tijd bezinken en lees het dan nog eens kritisch door. Controleer de inhoud (staat alle benodigde informatie erin?), de vorm (voldoet het aan de uiterlijke kenmerken van een persbericht) en het taalgebruik en de spelling. Laat de tekst aan anderen lezen ter beoordeling. Afhankelijk van de afspraken die daarover zijn gemaakt: stuur het persbericht ter verspreiding naar de opdrachtgever, of laat het via RAAP verspreiden.