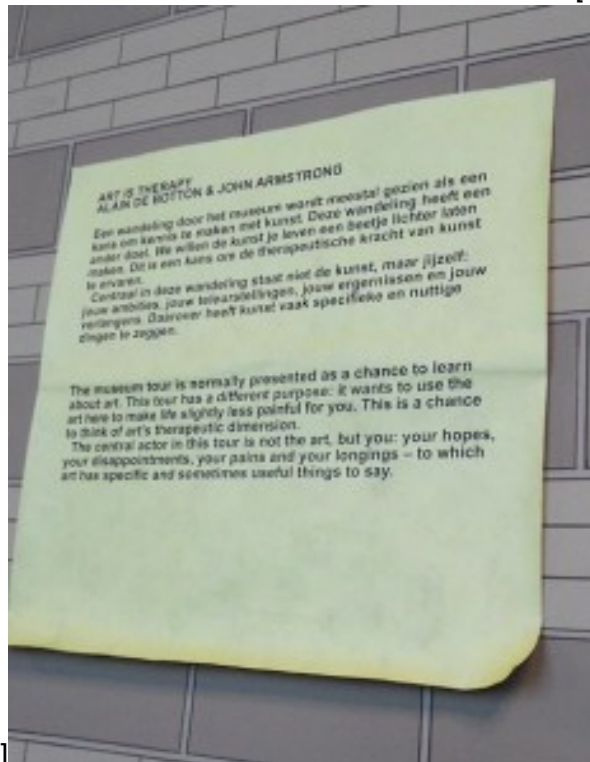


Klassiek Rijksmuseum heeft geen belevingstrucs nodig

05-08-2014 05:43

Dat een klassiek museum nog voldoende aantrekkingskracht heeft op het grote publiek, bewijst het Rijksmuseum. Waar diverse musea kiezen voor de introductie van nieuwe (belevings)technieken of een mix maken van spelen en leren, is het Rijksmuseum na de heropening opvallend 'klassiek' gebleven; met schilderijen aan de muur, en bordjes die een beknopte omschrijving geven; en natuurlijk veel vitrines met historische objecten.

[gallery ids="29923,29924,29925"] Het Rijksmuseum maakte precies een jaar na de heropening de balans op en telde 2.780.903 miljoen verkochte museumkaartjes. (zie: [artikel over bezoekprofiel Rijksmuseum](#)) Daarmee staat het museum in de [lijst van betaalde Nederlandse dagattracties](#) stevig op de tweede plaats, achter De Efteling. Wellicht nog interessanter is de economische impact op het toerisme in Nederland. 36% van de bezoekers kwam uit het buitenland en het Rijksmuseum is voor diverse doelgroepen een reisdoel op zich. Daar profiteert de Amsterdamse/Nederlandse toeristische economie van mee. [caption id="attachment_29891"



align="alignright" width="222"]

de gele posters, vaak gekreukt en

met omgekrulde hoeken, zorgen voor een rommelige aanblik[/caption] **Klassieke koers** Het was ook wel de hoogste tijd om als redacteur van Pretwerk.nl het Rijksmuseum te bezoeken. Zeker gezien het belang zoals dat hierboven is beschreven. Natuurlijk had ik van tevoren een voorstelling gemaakt en was ik tijdens de verbouwing al eens rondgeleid tijdens een hard-hat-tour. Verder ben ik altijd op zoek naar innovatie en vernieuwing. We zien in de museumwereld een trend waarbij meer aandacht is voor (lerend) vermaak, en meer aandacht voor het concept van 'een leuk dagje uit'. Goede voorbeelden daarvan zijn o.a. het Scheepvaartmuseum en Science Center Nemo in Amsterdam en het Spoorwegmuseum in Utrecht. Het Rijksmuseum kiest deze koers overduidelijk **niet**. Alhoewel we tijdens ons bezoek alleen tijd hadden om de eregalerij en de 17e eeuw goed te bekijken, blijkt dat het museum vooral een klassieke museumuitstraling heeft, met weinig kunstmatige toevoegingen. Juist de enige extra toevoeging, de gele posters die her en der hingen, kwamen wat vreemd en slordig over. Het bleek achteraf om kunst te gaan; een project waarbij de gele posters reusachtige post-its moesten voorstellen. Het was mij even ontgaan. De enorme hoeveelheid

bezoekers en de overwegend positieve reacties op [Tripadvisor](#) en [Zoover](#) bewijzen het succes van de gekozen koers. Alhoewel op de website van Zoover de waardering iets gedrukt wordt door enkele kritische recensies over de logistiek op drukke dagen. Persoonlijk heb ik bijzonder genoten van het bezoek en kom zeker terug om ook kennis te nemen van de kunst en wetenswaardigheden uit andere tijdsperiodes. [caption



id="attachment_29892" align="alignright" width="269"]

bezoekers drommen samen bij de Nachtwacht van Rembrandt[/caption] **Bezoekers bekeken** Waar in de attractiewereld steeds meer digitale technieken worden ingezet om 'beleving' te creëren, kun je in het Rijksmuseum waarnemen dat beleving ook op een andere manier gecreëerd kan worden. De bezoekers zijn duidelijk onder de indruk van de enorme verzameling met 'de echte' oude meesters. Hiervoor zijn ze (we) naar Amsterdam gekomen. Het verhaal wordt verteld door de stukken, aangevuld met het verklarende bordje of de audiotour. (die overigens ook al bestond vóór de renovatie). De Nachtwacht vervult binnen het museum de rol van topattractie. Hier drommen de mensen samen, proberen zo dicht mogelijk bij het schilderij te komen; "Het liefst zouden ze er in stappen.". Ook de selfies-trend is hier natuurlijk onontkoombaar, want je wilt het thuisfront natuurlijk laten weten dat je de beroemde nachtwacht hebt gezien. De zitplekken zijn op het einde van de woensdagmiddag allemaal bezet. Is dit iets van alle tijden of heeft het toch te maken met de gemiddeld wat hogere leeftijd van de bezoekers? Ook in De Keukenhof viel het me afgelopen jaren op dat er soms bijna jacht wordt gemaakt op een plekje om 'even te zitten'. **Restaurant en winkel** Natuurlijk brachten we ook even een bezoek aan de museumwinkel en het restaurant; vanuit de recreatiesector vaak aangemerkt als de aanvullende verdienmodellen. Voor beiden geldt dat ze qua sfeer en uitstraling goed aansluiten bij de rest van het museum. Het straalt vooral kwaliteit uit. [caption id="attachment_29893" align="alignnone"



een blik in de winkel van het Rijksmuseum[/caption] Voor het Rijksmuseum is het niet moeilijk om souvenirs te vinden die bij het museum passen. In de ruime museumwinkel zijn veel boeken te vinden, en zorgen de reproducties van meesterstukken (eventueel afgedrukt op mokken en andere artikelen) natuurlijk voor de nodige invulling van de schappen. Het is eerder een kwestie van de juiste keuzes maken binnen de beschikbare ruimte. De tulpkarsen, die weinig met de expositie te maken hebben, staan in de aanbieding. Wellicht een teken dat die uit het assortiment genomen worden? In het restaurant worden we keurig geholpen door vriendelijk personeel, in een herkenbare Rijksmuseum outfit. Ondanks de grote drukte straalt het restaurant (en het hele museum) de nodige rust uit, wat knap is met zo'n mensenmassa. [caption



id="attachment_29894" align="alignright" width="206"]

I Amsterdam, apenrots[/caption] Dat is een schril contrast met de drukte die je buiten ervaart. Zodra je weer in de tunnel onder het Rijks staat, beleef je meteen weer de hectiek van de stad; een violist zorgt voor een vrolijk deuntje (goed akoestiek in de tunnel), de fietsers tingelen, en buiten de poort lijkt het logo van I Amsterdam wel op een apenrots. Directeur van het Rijksmuseum, [Wim Pijbes, schijnt zich te storen aan deze hectiek](#). Persoonlijk vind ik dit contrast juist wel charmant en passen in een grote stad als Amsterdam. Meer informatie: www.rijksmuseum.nl

Redactie