

Succesvolle musea zijn tentoonstellingsfabriek of dagattractie

08-03-2016 16:13

Een continue stroom blockbuster-tentoonstellingen is nodig om een groot publiek te trekken, zoals bij het Rijksmuseum en het Van Gogh Museum. Een tweede succesrecept voor musea is de keuze voor de familiemarkt. Zo concurreren Het Spoorwegmuseum en het Openluchtmuseum volop met de grote dagattracties. Dit blijkt uit het Cultuursector Merkenonderzoek dat Hendrik Beerda Brand Consultancy jaarlijks onder ruim 3.000 Nederlanders uitvoert. Ook laat het onderzoek zien dat megaverbouwingen zonder grootschalige vervolgtentoonstellingen slechts een tijdelijk piek opleveren.

[caption id="attachment_33363" align="alignright" width="300"]



Museum de Fundatie in Zwolle[/caption] **Zwolse**

Museum de Fundatie is nationale sterrenstatus weer kwijt 'De belangrijkste ontwikkelingen in de Nederlandse museumwereld worden veroorzaakt door grootschalige tentoonstellingen en verbouwingen', stelt merkadviseur Hendrik Beerda. Het Rijksmuseum maakte na heropening in 2013 een enorme sprong in merkkracht en bezoekersaantal. Bij het verbouwde Mauritshuis steeg het bezoekersaantal explosief naar een half miljoen in 2015 na heropening. Dit Haagse museum behoort nu weer tot de selectie van nationale museummerken. Om deze nationale status te behouden, zijn echter grote tentoonstellingen voor een breed publiek noodzakelijk. Het Zwolse Museum de Fundatie lukte het kortstondig om met een verbouwing nationale zichtbaarheid te realiseren, maar is deze nu weer kwijt. **Paleis Het Loo in top-3 met royalty-tentoonstellingen; Drents Museum nu ook aan de top** 'Paleis Het Loo is een mooi voorbeeld van een museum dat met laagdrempelige royalty-tentoonstellingen een ijzersterke positie onder de Nederlandse bevolking heeft ontwikkeld. Dankzij tentoonstellingen rond Grace Kelly, Sissy en een jurk van koningin Máxima neemt dit museum nu de derde plaats in op de ranglijst van geliefdste musea. Alleen het Anne Frank Huis en het Rijksmuseum zijn populairder dan het museumpaleis in Apeldoorn. Beginnend met een succesvolle expositie over het Chinese Terracottaleger in 2008 is ook het Drents Museum er met een serie van grootschalige tentoonstellingen in geslaagd om een nationale merkstatus te bereiken. Onderdeel van het succes is de jarenlange samenwerking met het Groninger Museum, dat al veel langer tot de nationale museumtop behoort. Dankzij de samenwerking boeken steeds meer mensen een museumweekend naar het Noorden. [caption id="attachment_26593" align="alignright" width="300"]



De Vuurproef; 5D attractie in het

Spoorwegmuseum en Van Gogh Museum al 10 jaar even populair onder Nederlanders Een derde van alle topmerken in de museumsector richt zich op de familiemarkt en vormt geduchte concurrentie voor de grote dagattracties. De sterkste partij is Het Spoorwegmuseum, dat onder de gemiddelde Nederlander net zo geliefd is als het Van Gogh Museum. Vergeleken met de dagattracties scoort Het Spoorwegmuseum als merk net zo goed als Ouwehands Dierenpark in Rhenen. Ook het Nederlands Openluchtmuseum en Naturalis manifesteren zich sterk, waarbij vooral het Leidse natuurmuseum bezig is met een stevige opmars. In de afgelopen jaren klom Naturalis naar de achtste merkpositie in de museumsector. Deze sterke positie heeft zich vertaald in een bezoekersaantal van 340.000 in 2015, dat men verder wil laten groeien met de opening van een nieuw museumgebouw in 2018. Ranglijst van musea met de sterkste reputatie in 2016 (+ positie in 2014)

1. Anne Frank Huis (1)
2. Rijksmuseum Amsterdam (2)
3. Paleis Het Loo (6)
4. Van Gogh Museum (4)
5. Het Spoorwegmuseum (5)
6. Kröller-Müller Museum (8)
7. Nederlands Openluchtmuseum (7)
8. Naturalis (13)
9. Het Scheepvaartmuseum (11)
10. Stedelijk Museum Amsterdam (9)
11. Tropenmuseum (12)
12. Mauritshuis (-)
13. NEMO (15)
14. Museum Boijmans van Beuningen (16)
15. Frans Hals Museum (17)
16. Museum Het Rembrandthuis (-)
17. Groninger Museum (18)
18. Kunsthal Rotterdam (19)
19. Gemeentemuseum Den Haag (21)
20. Drents Museum (-)

[caption id="attachment_28588" align="alignright" width="253"]



nemo[/caption] **NEMO het meest gastvrije museum van**

Nederland Van de Nederlandse musea met een nationale status wordt NEMO als het meest gastvrij gezien. Het personeel van het Amsterdamse science center heeft het vriendelijkste imago. Ook wat betreft de kindvriendelijkheid en prijs/kwaliteitverhouding scoort NEMO het best. Het Spoorwegmuseum en het Nederlands Openluchtmuseum staan op de nummers twee en drie wat betreft vriendelijk personeel, kindvriendelijkheid en prijs/kwaliteitverhouding. Top-10 van meest gastvrije musea van Nederland

1. NEMO
2. Het Spoorwegmuseum
3. Nederlands Openluchtmuseum
4. Rijksmuseum Amsterdam
5. Drents Museum
6. Naturalis
7. Groninger Museum
8. Museum Boijmans Van Beuningen
9. Museum Het Rembrandthuis
10. Anne Frank Huis

Anne Frank Huis voor het eerst het favoriete cultuurmerk

Van de duizenden merken in de Nederlandse cultuursector heeft het Anne Frank Huis de sterkste reputatie. 'In 2008 betrad het Anne Frank de ranglijst van sterkste cultuurmerken', vertelt merkadviseur Beerda aan de hand van onderzoeksresultaten van de afgelopen tien jaar. 'Door alle commotie rond het omhakken van de kastanjeboom achter het museum raakte het Anne Frank Huis destijds uit de vergetelheid. Mede dankzij een sterk educatieprogramma werd het snel het favoriete museum van de Nederlander. Dit jaar is het Anne Frank Huis zelfs het populairste cultuurmerk van Nederland.' Top-10 van sterkste cultuurmerken van Nederland (+ positie in 2014)

1. Anne Frank Huis (2)
2. VVV Cadeaubon (1)
3. André van Duin (3)
4. Pathé (15)
5. Guus Meeuwis (6)
6. Rijksmuseum Amsterdam (4)
7. Linda de Mol (-)
8. Marco Borsato (5)
9. Ilse DeLange (7)
10. Herman Finkers (8)

Onderzoek onder 3.200 respondenten

Voor het onderzoek van 2016 zijn 3.200 respondenten in twee fases ondervraagd. Eerst is de spontane bekendheid van de duizenden merken in de cultuursector onderzocht. Daarna is voor de 150 bekendste merken in detail navraag gedaan naar het maatschappelijk draagvlak en het imago. Met het onderzoek is de reputatie van alle merken die in de Nederlandse cultuursector actief zijn gemeten. Bron: persbericht [Hendrik Beerda](#) brand consultancy

Redactie