

Van Gogh Museum 2018: Door online ticketverkoop geen rij meer

17-12-2018 13:15

Het Van Gogh Museum sluit 2018 af met afscheid van de beroemde rij en een explosieve recordgroei op social media. Op Instagram verdubbelde het aantal volgers naar ruim 900.000 en het engagement groeide van 4 naar meer dan 9,1 miljoen. De Facebookpagina's van het museum hebben gezamenlijk meer dan 4,7 miljoen volgers. Het museum heeft hiermee de meest betrokken fanbase van de internationale museumwereld.



Sinds de blockbuster Van Gogh & Japan (23 maart t/m 24 juni 2018) zijn tickets voor het Van Gogh Museum alleen nog maar online verkrijgbaar. Deze tickets met starttijd zorgen voor een optimale spreiding van de bezoekers; de pieken en dalen van het toestromende publiek zijn minder groot. Axel Rüger (directeur Van Gogh Museum): 'Doordat we zijn overgegaan op 100% online ticketverkoop is er betere spreiding in het museum en hoeven mensen niet meer te wachten in de rij. Dat zie je terug in onze hogere bezoekerswaardering sindsdien.'

Nederlands publiek Het Van Gogh Museum trok dit jaar 2.165.000 bezoekers. De grootste bezoekersgroep van de tentoonstellingen Van Gogh & Japan en Gauguin & Laval op Martinique (5 oktober 2018 t/m 13 januari 2019) bestond uit Nederlanders. Rüger: 'Het is onze missie een belangrijk deel van het Nederlands cultureel erfgoed te behouden en te beheren voor huidige en toekomstige generaties. Niet alleen in het buitenland, maar ook in eigen land is Van Gogh enorm populair. Zo is Van Gogh belicht: de brieven – een in november 2018 gelanceerde podcastserie waarin bekende Nederlanders zoals Loes Luca, Adriaan van Dis en Akwasi de mooiste brieven van Vincent van Gogh voorlezen – gericht op het Nederlandse publiek. Op de museumwebsite kunnen bezoekers de serie beluisteren, door de brieven struinen en hun favoriete citaat delen. Een selectie van de briefcitaten wordt t/m 17 januari 2019 in Van Gogh-straten door het hele land geprojecteerd. **Scholieren** Het aandeel jeugd (bezoekers onder de 18 jaar) is in 2018 gestegen met 9%, het percentage scholieren met meer dan 25%. **Online engagement nummer één wereldwijd** In 2018 groeide de online fanbase explosief. Het Van Gogh Museum heeft de meest betrokken fanbase van de internationale museumwereld op zowel Facebook als Instagram. Op Facebook heeft het museum 7.533.000 engagements en op Instagram is de betrokkenheid meer dan verdubbeld, van 4 naar 9,1 miljoen. De Facebookpagina's van het museum hebben gezamenlijk meer dan 4,7 miljoen volgers, Twitter telt ruim 1,6 miljoen fans en op Instagram verdubbelde het aantal volgers het afgelopen jaar naar 917.000. Hiermee nestelt het museum zich – samen met het Museum of Modern Art (MoMA), het Louvre, het Metropolitan Museum of Art en de Saatchi Gallery – stevig in de internationale socialmedia-top vijf van musea. Dit jaar pakte het museum uit op social media met een internationale #VanGoghcelebrates-actie op de 165ste verjaardag van Vincent van Gogh, de oprichting van de online inspiratiecommunity Van Gogh Inspires op Facebook (met ruim 10.000 leden) en verschillende online

videoserie zoals Van Gogh on the Road, waarin een roadtrip wordt gemaakt in de voetsporen van Vincent van Gogh. Eerder dit jaar mocht het museum al The Best Social Award in ontvangst nemen voor #SunflowersLIVE, dat werd uitgeroepen tot het meest innovatieve socialmediaproject. **Recordaantal** De museumwebsite werd meer dan 6,7 miljoen maal bezocht, door mensen uit alle landen (behalve uit Noord-Korea). Voor het eerst lag het aantal websitebezoeken vanaf een mobiel ruim boven de vijftig procent. Vooral Van Gogh & Japan, Van Gogh belicht: de brieven, Vincents verjaardag en de samenwerking met Vans genereerden dit miljoenenbezoek. Meer informatie: www.vangoghmuseum.nl

Redactie