

Experimenten stimuleringsmaatregelen voor museumbezoek door kinderen

Paul Postma

Paul Postma
Marketing Consultancy



N E D E R L A N D S E
Museumvereniging



Inhoud

1. waarom
2. zeven experimenten
3. voortgang eerste experiment



1. waarom: historie

- **Gratis naar musea is een eeuwig onderwerp**
- **Teruggebracht tot kinderen: te duur voor onzeker resultaat**
- **Willen & Moeten musea**
- **Hoe dan wel? Prijs? Vervoer?**



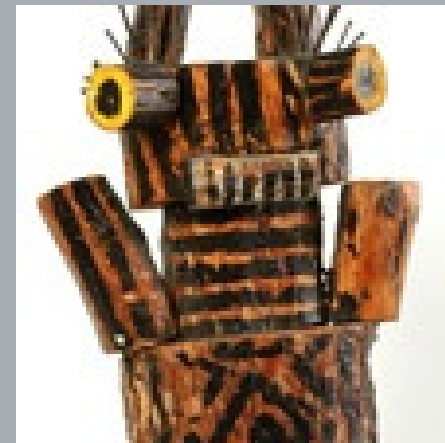
1. waarom: pas op

- **Wie van u lust geen vis?**
- **Spoorwegmuseum: 100.000 kinderen à € 11,50**
- **Van Gogh Museum: 15.000 kinderen gratis**
- **10% van de musea ontvangt 90% van de kinderrecette**



1. waarom: dus toch

- Cultureel erfgoed leren waarderen
- Herhaalgedrag creëren
- Gezinsverband en schoolverband
- Kwantitatief: kosten per bezoek



Inhoud:

1. waarom
2. **zeven experimenten**
3. voortgang eerste experiment



2. Zeven experimenten: nr.1

Coupons met uitnodiging gratis museumbezoek in vakantie

- Op naam en huis aan huis
- Begeleider wel/niet gratis mee
- Wel/niet eerder museum bezocht
- En hoe vond je het



2. Zeven experimenten: nr.2

Verscheidend samengestelde schoolpakketten voor museumbezoek

- Keuze museum, lespakket, begeleiding, busvervoer, prijs
- Hoe komt keuze tot stand
- Afweging andere uitjes dan museumbezoek
- Geeft één element overwegend de doorslag

2. Zeven experimenten: nr. 3

Nationale Museumwebsite voor kinderen

- **Breng cultureel erfgoed en kinderen bij elkaar via media**
- **Breng het daar waar kinderen elkaar online ontmoeten**
- **Ontdekken en verzamelen bindt kinderen en musea**

2. Zeven experimenten: nr. 3

Nationale Museumwebsite voor kinderen (vervolg)

- Inter generation gaming, zelf doen, actie
- Creëer relatie tussen kind en erfgoed
- Stel vast of online leidt tot feitelijk bezoek

2. Zeven experimenten: nr. 4

Nationaal Museummenu voor scholen met landelijke coördinatie

- Veel en verschillende regionale initiatieven
- Alle vervoersvarianten komen voor
- Hoge kosten en nauwelijks kosten
- Bevordert één concept vanuit één punt het doel?

2. Zeven experimenten: nr. 5

Jaarlijks terugkerende kindermuseumweek

- Analogie met Kinderboekenweek
- Lukt nationale aandacht die tot hoger bezoek leidt
- Relatie Museumnacht en Museumweekend
- Pas op: commercieel belang en beschikbare week



2. Zeven experimenten: nr.6

Inventariseer bewezen maatregelen die kinderbezoek stimuleren

- **Niet alleen collectie bepaalt of kinderen komen**
- **Welke maatregelen leiden tot welke kosten en welk meerbezoek**



2. Zeven experimenten: nr.6

**Inventariseer bewezen maatregelen die
kinderbezoek stimuleren (vervolg)**

- **Kijk ook over de grens**
- **Publiceren en uitwisselen van de resultaten**
- **Er moet wel sprake zijn van Cultureel Erfgoed**

2. Zeven experimenten: nr. 7

Museumkaart voor docenten en/of scholen

- Gaan onderwijzers met kaart vaker met klas naar musea dan collega's zonder?
- Stimuleert uitreiken van kaart aan onderwijzers dan klassikaal museumbezoek?
- Pas op oorzaak en gevolg

Inhoud

1. waarom
2. zeven experimenten
- 3. voortgang eerste experiment**

3. Voortgang eerste experiment

Hoe organiseren we dat?



Met de heilige drie-eenheid



N E D E R L A N D S E
Museumvereniging

3. Voortgang eerste experiment

Hoe organiseren we dat?

- Klankbordgroep
- Ape voor kwantitatieve begeleiding
- Projectleiding

3. Voortgang eerste experiment

	geadresseerd	huis-aan-huis
kind gratis + begeleider gratis	Enschede Rotterdam	Leeuwarden
kind gratis maar begeleider betaalt	Groningen	Tilburg Amsterdam

3. Voortgang eerste experiment

Jij bent...
uitgenodigd!

O ja, en je mag ook iemand meenemen!

Aan de (jonge) bewoners van dit pand

GRATIS!

Persoonlijke Uitnodiging

Deze meivakantie van 1 t/m 9 mei kan jij samen met je beste vriendje, vriendinnetje, zusje of broertje GRATIS naar het museum! Kijk snel in de binnenzijde hoe, waar en onder welke voorwaarden.

3. Voortgang eerste experiment

Enkele ervaringen:

- Lastig musea te vinden die al niet gratis zijn
- Welke taal gebruiken kinderen
- Hoe krijg ik exit antwoorden over waardering
- Frauderen mag!

De eerste resultaten experiment 1

	Gepersonaliseerd				Huis aan huis		
	Overall	Var. 1	Var. 2		Overall	Var. 1	Var. 2
Kosten per (extra) kind	40,39	34,20	72,17		30,62	18,17	63,64
Aantal verzonden mailings	29.995	19.998	9.997		59.122	20.039	39.083
Respons (aantal kinderen)	755	632	123		577	419	158
Respons (%)	2,52%	3,16%	1,23%		0,98%	2,09%	0,40%

3. Voortgang eerste experiment

En bedenk:

- Onvoldoende resultaat is ook een resultaat
- Het gaat om kosten per extra bezoek
- Kosten moeten bij landelijke uitrol acceptabel zijn



Hartelijk bedankt voor uw aandacht

