

Merchandise

De Kerstman blijft na het rondje kunst steeds vaker in de museumwinkel hangen

Chris Reinewald

Steeds meer musea spekken hun budget met merchandise. De winkels blijven al langer open dan het museum zelf. Het Rijksmuseum adverteert zelfs op tv.



Het Van Gogh Museum in Amsterdam verkoopt in de museumwinkel voor € 4950 de EarChair, een stoel van de bekende Nederlandse ontwerper Jurgen Bey met een Van Gogh-bekleding naar keuze. Sinds kort zijn er van de schilderijen van de meester ook reproducties te koop die gemaakt zijn met een nieuwe techniek: 'reliëfografie'. Niet alleen de kleuren worden gekopieerd, ook de dikte van de verf. Prijskaartje: € 25.000.

Het Van Gogh Museum haalt zo'n 75% van zijn inkomsten uit de kaartverkoop en merchandise en laat daarmee andere musea ver achter zich. De overheid verplicht musea tegenwoordig 17% aan 'eigen inkomsten' te verwerven. Dat wil zeggen: buiten de toegangsgelden en de sponsoring om. Dat lukt aardig: in 2011 verdienden 422 Nederlandse musea bijna € 64 mln met hun winkels en horeca. Dat is gemiddeld 19% van hun begroting.

Maar het kan altijd beter. Het Rijksmuseum laat in televisiespotjes Sinterklaas en de Kerstman boodschappen doen in het museum. De Rijksmuseum Shop blijft zelfs op koopavonden open, als het museum zelf gesloten is. De webshop is dag en nacht open. Een lichtend voorbeeld voor de musea is het Victoria and Albert Museum in Londen, dat de succesvolste museumwinkel in Europa heeft. De commerciële arm van het museum, V&A Enterprises, is goed voor € 12 mln tot € 18 mln omzet per jaar.

Van oudsher worden de museumwinkels in Nederland gerund door de vriendenvereniging, die de winst aan het museum overdraagt. Dat is fiscaal een gunstige constructie. Sjoerd Staal, eerder werkzaam bij de Van Gogh Museum Enterprises, nu retaildeskundige in de cultuursector: 'Ik ken museumwinkels waar de afdeling financiën de inkoop doet, de winkelverkoop via de kaartjeskassa loopt en een onderhoudsmonteur de voorraden beheert.'

Onderdeel van de professionalisering is het verzelfstandigen of uitbesteden van de winkel. Het Groninger Museum is onlangs in zee gegaan met de Duitse museumshopketen Cedon. Cedons smaakvolle assortiment hoeft het museum alleen maar met eigen producten aan te vullen. Via de Cedon-webshop zijn ook de Groningse catalogi te koop.

Het Stedelijk Museum in Amsterdam heeft een andere exploitant in de arm genomen, boekhandelaar Walther Köning uit Berlijn. Staal vindt dit een gemiste kans. 'Waarom exploiteert het Stedelijk niet zelf zijn winkel en gebruikt het die als extra informatiekanal voor de bezoekers? Nu vangt het museum op zijn triple-A-locatie alleen huur.' Woordvoerder Marie-José Raven van het Stedelijk

Victoria and Albert
De winkel van het
Victoria and Albert
Museum is met
€12 mln tot €18 mln
omzet de best
lopende van Europa

Merchandise van het Van Gogh Museum die is gebaseerd op het doek 'Amandelbloesem' uit 1890. In het midden de EarChair van ontwerper Jurgen Bey. Onder: een t-shirt met Rembrandts 'Zelfportret met baret en opengesperde ogen' uit de Rijksmuseum Shop.



weerlegt zijn aanname dat 'zelf doen' lucratiever zou zijn. 'Behalve de vaste huur brengt vloeiend een substantieel percentage van de winkelopzet terug naar ons', vertelt ze. 'Daar zijn we zeer tevreden over. We kunnen eigen merchandising ontwikkelen, met of zonder onze exploitant.' De Duitse kunstboekhandel heeft samen met het Stedelijk ook de catalogus van de Malevich-tentoonstelling uitgegeven.

Exploitatie door een partij van buiten heeft alleen zin als het aanbod in de winkel is afgestemd op de waarden van het museum, waarschuwt Gerard Challa van Museumwebshops.nl. 'Een museumwinkel of webshop is een etalage, geen depot. Ieder museum is een merk, dus wees onderscheidend met eigen merkproducten.'

Maar als het aanbod in orde is, zal de bezoeker graag zijn portemonnee trekken. 'Destination value' heet dat: museumshoppers geven rustig € 12 uit voor een paar potloden als ze het idee hebben daarmee het museum financieel te ondersteunen.

Chris Reinewald is medewerker kunst.