

Studiedag 'Museummm...!'

Frans van der Avert,
Marketingverantwoordelijke Hermitage Amsterdam
Brussel, 12 november 2009, 10.45 uur



Frans van der Avert over de rol van het museumrestaurant binnen de marketing van Hermitage Amsterdam

Biografie Frans van der Avert

Frans van der Avert is verantwoordelijke communicatie, educatie en marketing van Hermitage Amsterdam en De Nieuwe Kerk, twee grote tentoonstellingslocaties in Amsterdam. Hij is verantwoordelijk voor alle publieksaspecten van deze instituten, waaronder de 'Hermitage voor Kinderen' die net gerealiseerd is in het onlangs geopende gebouw van Hermitage Amsterdam. Tot 2002 was Van der Avert werkzaam in het Rijksmuseum Amsterdam als medewerker pers en publiciteit. Hij heeft zitting gehad in talloze besturen en stichtingen in Amsterdam en Nederland. In 1984 studeerde hij af aan de Reinwardt Academie.

Over Hermitage Amsterdam

Hermitage Amsterdam en Hermitage voor Kinderen zijn twee publieksgerichte instituten waar het 'welbevinden' van het publiek een grote rol speelt. Winkels en restaurants spelen hier een evidente rol. In zijn presentatie vertelde Van der Avert over de realisatie van Hermitage Amsterdam, de opening van de Hermitage voor Kinderen en de concepten die hier achter zitten.

De grote vestiging van Hermitage in Amsterdam bestaat nog maar sinds dit jaar (2009). En nu al is het museum een van de grootste trekkers van de stad. In honderd dagen tijd trok de Hermitage aan de Amstel 360.000 bezoekers; de directie had gehoopt op 100.000 in het eerste jaar. Men was dus niet echt voorzien op zo'n grote toeloop.

Het overdonderende succes is voor een deel te danken aan het museumvacuüm dat er op dit moment in Amsterdam is: andere musea zijn gesloten wegens verbouwingen.

Het publiek dat het museum bezoekt komt uit alle delen van Nederland. Volgens het museum komt 80 procent van de bezoekers speciaal voor de Hermitage naar Amsterdam. Een op de zes bezoekers is buitenlands. Veruit het grootste deel is 45-plus.

Diensten en faciliteiten van Hermitage



De diensten van het museum kan men onder vier pijlers opdelen: 1. Zaalverhuur, 2. Educatie, 3. Evenementen, 4. Restaurant.

Er is een refter/picknick-ruimte waar klassen rustig kunnen eten. Het meubilair is er van rubber, dus er kan eigenlijk niets worden beschadigd. Er zijn hoge en lage wastafels voorzien. Daarnaast biedt het museum een workshop over

Russisch eten voor kinderen. De Hermitage organiseert bovendien flink wat kinderfeestjes.

Ook de museumshop heeft een volwaardige kinderkassa (+ ook een aanbod van snuisterijen voor 1 euro, 2 euro, 3 euro...dit is handig als kinderen een cadeautje voor iemand willen kopen voor een bepaalde prijs).

Het restaurant zelf is eigendom van het museum. Het museum heeft dus beslissingsrecht en kan de uitbater eventueel aan de deur zetten als hij niet zou voldoen. Het nadeel daarbij is echter wel dat het museum de kosten van de volledige inrichting e.d. op zich moest nemen.

Aanvankelijk had het museumrestaurant meerdere in- en uitgangen, maar dat was moeilijk beheersbaar voor het personeel werkzaam in het restaurant. Nu heeft het museumrestaurant slechts één in- en uitgang.

De tuin wordt enkel ter beschikking gesteld voor activiteiten/recepties van bedrijven; en behoort dus niet tot het museumrestaurant. Als het echt koud is buiten, dan kan er in de tuin buiten wel (gratis!) warme chocolademelk worden geserveerd.

Het museum heeft een uitvoerige klachtenprocedure. Het formulier van Tate Modern werd als voorbeeld gebruikt ('What do you think?'). Op het formulier kan de bezoeker aanvinken of hij of zij een antwoord per mail, telefoon of per brief wenst. Er komen met grote regelmaat klachten over het museumrestaurant: dat was niet voorzien op de enorme drommen mensen die vaak alleen maar voor een koffie of broodje komen. Eerder was het ingericht voor een kleinere groep mensen die uitgebreid komen lunchen of dineren. Van der Avert onderschrijft de klachten en betreurt tegelijkertijd dat zij het imago van het héle museum aangetasten.