



**WEGENS VERBOUWING GEOPEND.** Het hoofdgebouw wordt verbouwd maar de Philipsvleugel blijft open. Met daarin *Rijksmuseum. De Meesterwerken*, een tentoonstelling van al die topstukken die u wel kent maar al veel te lang niet gezien heeft.

RIJKSMUSEUM  
amsterdam

DE MEESTERWERKEN  
**M**  
THE MASTERPIECES



**WEGENS VERBOUWING GEOPEND.** Het hoofdgebouw wordt verbouwd maar de Philipsvleugel blijft open. Met daarin *Rijksmuseum. De Meesterwerken*, een tentoonstelling van al die topstukken die u wel kent maar al veel te lang niet gezien heeft.

RIJKSMUSEUM  
amsterdam

DE MEESTERWERKEN  
**M**  
THE MASTERPIECES

# Nachtwacht met bouwhelm

Het is veel mensen niet aan het verstand te brengen dat het Rijksmuseum tijdens de verbouwing gewoon open is. Wat doe je dan als de 'kaartjes' de belangrijkste bron van inkomsten zijn? Campagne voeren natuurlijk.

[DOOR JASKER KAMP]

Aan het einde van de dag had ze er een schorre stem van. *Antoinette van Dorssen*. Bij Barend & Van Dorp kwam er nauwelijks nog geluid uit. Wat wil je? Het Journaal, Hart van Nederland, haast in elk nieuws- en actualiteitenprogramma moest ze tekst en uitleg komen geven over de verhuizing van Nederlands beroemdste schilderij: de Nachtwacht. Antoinette was de door het Rijksmuseum aangewezen persoon om alles in goede banen te leiden.

Ze genoot ervan, van al die media-aandacht op die elfde december. Het gebeurt natuurlijk ook niet elke dag dat de Nachtwacht verhuisd wordt. De reden voor de verhuizing van het doek is dat het Rijksmuseum gaat verbouwen. Het hoofdgebouw, waar de Nachtwacht hing, is sinds vorige week voor een periode van vijf jaar dicht. De Philipsvleugel blijft gewoon open. En daar hangt nu ook Rembrandts bekendste schilderij, samen met de meesterwerken van onder andere Vermeer en Steen.

Een week eerder trok de generale repetitie van de verplaatsing van het doek ook al de nodige aandacht van het journaal. De actualiteitenrubriek Netwerk vond het nieuws genoeg om er een uitgebreide reportage aan te wijden. En

Bureau: **Skipintro**

Artdirector:

**Yacco Vijn**

Tekstschrijver:

**Hans van Dijk**

Coördinatie:

**Nanda Haverkort,**

**André Thie**

Beeldbewerking:

**Mont Blanc,**

**Ronald ter Voort**

Geluid:

**FC Walvisch,**

**Marcel Walvisch**

Postproductie:

**Postoffice**

Verantwoordelijk

bij de klant:

**Jolien Schuerveld,**

**Boris de Munnick**

daarvoor was de verbouwing van het Rijksmuseum ook al niet weg te krijgen uit het nieuws.

Alle media-aandacht ten spijt; veel mensen denken nog steeds dat het Rijksmuseum helemaal op slot gaat, vertelt *Jolien Schuerveld*, hoofd marketing en communicatie van het Rijksmuseum. Heel vervelend. Zeker als je voor je inkomsten in grote mate afhankelijk bent van datzelfde publiek. Dat is ook een belangrijke reden waarom een deel van het Rijks toegankelijk blijft voor publiek. Bovendien: 'Het is onze morele plicht om het nationale erfgoed te laten zien.' In de Philips-vleugel hangt nu 'het mooiste van de zeventiende eeuw dat we hebben'.

## SPEELS

Schuerveld vertelt dat de enorme omvang van het Rijksmuseum voor veel mensen een hoge drempel is. 'Ze weten vaak niet waar ze moeten beginnen.' Die mensen vormen de doelgroep waar het Rijksmuseum zich de komende jaren op richt. Maar dan moeten ze wel weten dat de Philips-vleugel gewoon te bezoeken is.' Campagne voeren dus. *Hans van Dijk* (copywriter) van Skipintro kreeg van Schuerveld de opdracht een campagne te verzinnen. 'Hans had al wat dingen voor ons gedaan, en goed. Dus was het logisch om weer bij hem aan te kloppen.'

Het moest een opvallende campagne worden. Schuerveld: 'Dit is echt major. Zo'n verbouwing gebeurt eens in de tweehonderd jaar. Deze campagne moest dus echt anders zijn dan de reguliere campagnes. En we willen natuur-

lijk een nieuwe doelgroep trekken.'

Anders is-ie zeker. Opvallend óók. En speels. Eigenlijk helemaal niet des Rijksmuseums, dat toch een enigszins behoudend imago heeft. Voor de abri's maakte Skipintro drie posters op basis van de drie bekendste doeken die het Rijksmuseum in bezit heeft: de Nachtwacht, Het Straatje van Vermeer en Heda. Het duurt een fractie van een seconde voordat je door hebt dat de posters anders zijn dan het origineel. Dan zie je in de Nachtwacht opeens twee zeventiende-eeuwse mannen met een bouwhelm op. De een heeft een bouwtekening van het Rijksmuseum in z'n hand, de ander een kettingzaag. In het straatje van Vermeer wordt druk gewerkt, zie je glasvezelkabels op straat liggen, een kraan die een afvalcontainer aan de haak heeft. Op tafel in Heda staat een pak halfvolle melk. Allemaal attributen die in de zeventiende eeuw nog lang niet waren uitgevonden. Voor inspiratie zijn Van Dijk en artdirector *Yacco Vijn* Amsterdamse bouwplaatsen afgereden om te zien wat daar zoal ligt. Onderaan de posters is te lezen de pay-off: 'Wegens verbouwing geopend'.

## RELATIVEREN

Voor tv en radio zijn commercials gemaakt. Zo zijn in die voor de radio twee bouwvakkers te horen die het in plat Mokums hebben over kunst, ook weer met de pay-off 'Wegens verbouwing geopend'. Grappig om te weten: in de radiocommercial zijn de stemmen van Van Dijk en Schuerveld te horen. Ook zijn er e-cards die mensen zelf de mogelijkheid bieden om de Nachtwacht te verbouwen. In de kerst- en krokusvakantie zullen al deze middelen worden ingezet.

Het Rijksmuseum zou zo'n kostbare campagne nooit zelf kunnen bekostigen vertelt Schuerveld. Maar gelukkig sprong de gemeente Amsterdam bij. De afdeling Economische Zaken verleende een subsidie van 400.000 euro. Dit vanwege het feit dat het Rijksmuseum belangrijk is voor de economie van Amsterdam. In totaal heeft 'Wegens verbouwing gesloten' rond de 550.000 euro gekost.

Zowel bij Van Dijk als Schuerveld bestond de lichte vrees dat de directie van het Rijksmuseum niet akkoord zou gaan met de 'verbouwing' van de schilderijen. 'Je mag natuurlijk niet het nationale erfgoed bezoedelen', zegt Van Dijk. Maar tot beider verrassing kwam er geen kritiek uit het directiekantoor. Schuerveld zegt dat 'we met deze campagne onszelf relativeren'. En: 'We brengen het museum dichterbij de mens.' Het Rijksmuseum verwacht tijdens de verbouwing toch per jaar rond de 500.000 bezoekers te mogen verwelkomen, de helft van het aantal dat normaal gesproken het museum bezoekt. ■