

Bouw de marketingstrategie van jouw museum met de data van ruim 240.000 pashouders.



Frederik Welslau
Head of Sales & Marketing
museumPASSmusées

**MUSEUM
CONNECT
MUSÉES**

Herkenbare problemen bij het opstellen van je jaarplan?

- Hoe trek je museumbezoekers aan voor je expo of vaste collectie?
- Welke bezoekers bereik je al, welke nog niet?
- Hoe zorg je voor inclusie?
- Hoe vang je periodes van drukte of net te weinig bezoekers op?
- Via welke kanalen kan je het meest gericht impact behalen?
- ...

Vandaag bekijken we samen hoe je data van museumpas kan gebruiken voor concrete keuzes.

Wat kan je vandaag verwachten?

1. **Samen sterk:** de kracht van het collectief
2. Inzichten om je **doelgroepen te verfijnen.**
3. **Kies strategische topics:** wat wil je uitlichten?
4. **Zorg voor gerichte marketing tactics:** hoe kan je impact behalen?

1. Samen sterk: de kracht van het collectief



1. De kracht van het collectief

Voordelen voor jouw museum in het ecosysteem van de museumpas

We zorgen als coöperatieve voor extra middelen voor de museumsector:

- **meer mensen, vaker naar musea:** 240.000 pashouders gaan tot 4 keer vaker naar musea dan voordien*
- door de **sociale meerwaarde** van musea & museumbezoeken uit te dragen
- met extra **zichtbaarheid voor de sector**
- **kennisdeling** via data-ontsluiting

(*Bron: SEO Econometrisch Onderzoek, 2022)

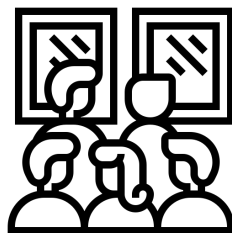


1. Welke data krijg je van museumpas?

Verkoopcijfers



Bezoekersdata



Benchmarks



Kwalitatieve
feedback van
surveys



Opt-ins
nieuwsbrief



Label goedgekeurd
door en voor kinderen



1. De kracht van het collectief

Het bereik van **museumpas** als **communicatiekanaal**

- **465.000 subscribers nieuwsbrief** (open rate 45%): expo's, artikels, top-topicals, vaste collecties, extra voordelen, ...

Tips

met de museumpas



**MUSEUM
PASS
MUSÉES**

Krokusvakantie: 6 uitstapjes voor de hele familie

Even **bekomen van de carnavalsstoet**? Onze musea staan klaar voor jou en je kleine museummaatjes. Modieuze voetballenues, Romeinse spelletjes, een quiz en een gigantische potvis: deze **6 uitstapjes** maken jullie vakantie helemaal af.

[Dit vinden ze vast leuk >](#)



Topexpo: Berline De Bruyckere in BOZAR

Vandaag opent de eerste solotoonstelling van **Berline De Bruyckere** in het Brusselse **BOZAR**. Eentje die zeker op je lijst moet, en wel om deze drie redenen 🍌

[Ik ben benieuwd >](#)

Gratis rondleiding in STAM Gent

Nog niets te doen op **6 maart**? Pashouders mogen gratis een rondleiding volgen door de expo 'De Poorten', geleid door **Gentse jongeren**.

[Schrijf je snel in >](#)



Zoveel te beleven in de musea

1. De kracht van het collectief

Het bereik van **museumpass** als **communicatiekanaal**

**MUSEUM
PASS
MUSÉES**

- Sterk bereik langs **campagnes & content marketing** via **social media, website, PR, advertising & (media)partners**



2. Inzichten om je doelgroepen te verfijnen



2. Doelgroepen

Begrijp via de museumpas dashboards
wie jouw museum bezoekt

**MUSEUM
PASS
MUSÉES**



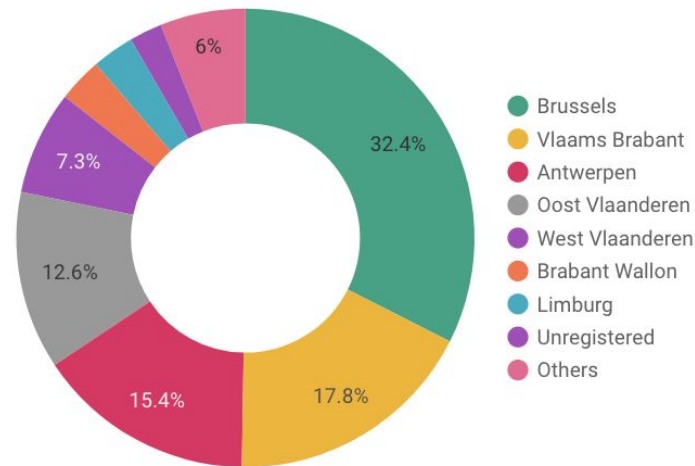
Net als de meeste bezoekers van Mudia in Luxemburg, komen ook Julia en haar kleindochter uit Antwerpen.

2. Doelgroepen

Begrijp via de museumpas dashboards
wie jouw museum bezoekt

- **Analyse van de huidige bezoekers:** wie komt over de vloer in jouw museum?
 - aantal bezoekers
 - frequentie (herhaalbezoeken)
 - geslacht
 - woonplaats
 - leeftijd
 - taal

Province of your visitors



2. Doelgroepen

Begrijp via de museumpas dashboards
wie jouw museum nog niet bezoekt

**MUSEUM
PASS
MUSÉES**



*Net als Pierre, zijn de meeste bezoekers
in dit museum 65+.*

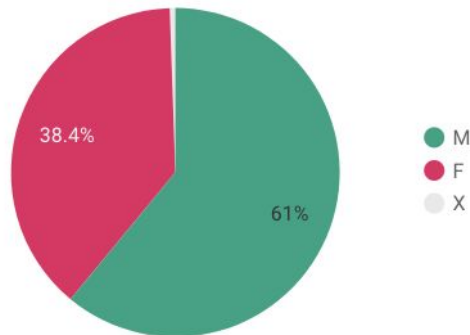
2. Doelgroepen

Begrijp via de museumpas dashboards **wie jouw museum nog niet bezoekt**

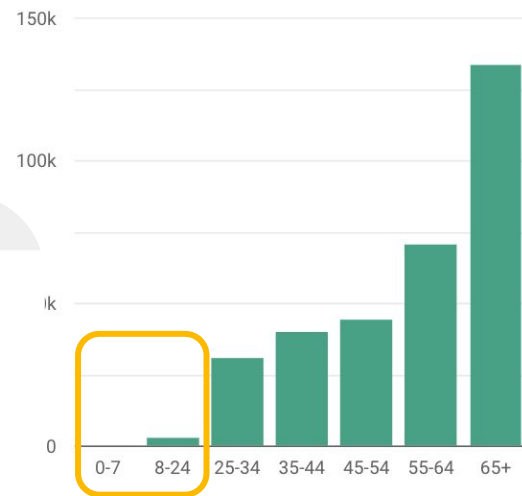
Andere opportuniteiten uit je data:

- meer mannen dan vrouwen?
- wel ouderen, geen jongeren?
- enkel mensen uit jouw stad maar niet uit omringende gemeenten / steden / provincies?
- bereik je al landgenoten van over de taalgrens?

Visits by gender



Visits by age



2. Doelgroepen

Begrijp via de museumpas dashboards **wie vergelijkbare musea bezoekt**

Bezoekers van M Leuven, gaan het vaakst ook naar deze 10 andere musea.



Visits to other museums

	museum	visits ▾
1.	Koninklijk Museum voor...	11,253
2.	BOZAR, Paleis voor Scho...	8,854
3.	Mu.ZEE, Kunstmuseum ...	4,466
4.	mul. Museum van Dei...	3,250
5.	MAS	3,099
6.	FOMU - Fotomuseum A...	3,083
7.	Plantentuin Meise	2,918
8.	Museum voor Schone K...	2,756
9.	Museum Hof van Busley...	2,658
10.	Fondation Boghossian - ...	2,511

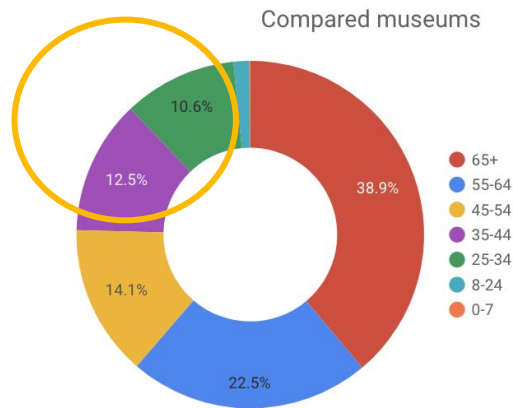
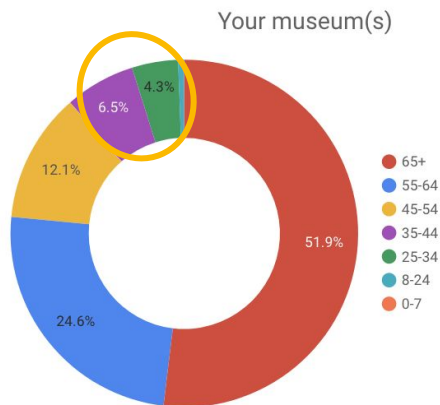
Mogelijkheid tot samenwerking?

2. Doelgroepen

Begrijp via de museumpas dashboards
wie vergelijkbare musea bezoekt

Doe de benchmark: museumpas-data geeft je **inzicht over vergelijkbare musea** o.b.v. bezoekersaantallen, gewest, provincie, aanbod.

SHARE OF VISITS BY VISITOR'S AGE GROUP



Bv. dit kleine museum voor toegepaste kunsten bereikt minder pashouders jonger dan 45 jaar dan vergelijkbare musea.

→ Tijd voor een doelbewuste strategie van verjonging?

2. Doelgroepen

Op basis van de voorgaande data kan je **persona samenstellen**

museumPASSmusées:

- Doelgroepen obv **aantal museumbezoeken** (light, medium & heavy users) die we onderverdelen in **segmenten obv persona's** (type users).
- **Marketinginspanningen** op groepen met **hogere rendabiliteit, marktpotentieel en koopintentie.**



museum lovers



belevingszoekers



gezinnen



cadeauegivers

→ Wie zijn jouw persona?

2. Doelgroepen

Inclusie van gezinnen als strategisch focusdomein

Wordt jouw museum goedgekeurd door en voor kinderen?



**MUSEUM
PASS
MUSÉES**

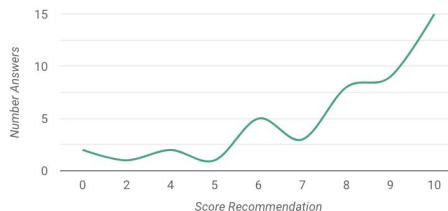
Familievriendelijk label museumpas:

- aanbod voor families in permanente en/of tijdelijke tentoonstelling
- positieve score door families (survey)

Family friendliness

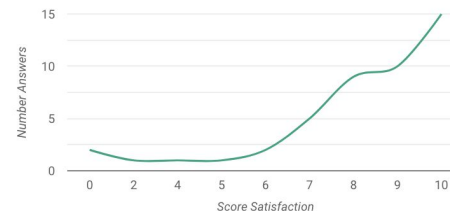
Would you recommend this museum to other families?

Average score
7.8



Did you and your family enjoy your museum visit?

Average score
8



Avg Recommendation/Satisfaction

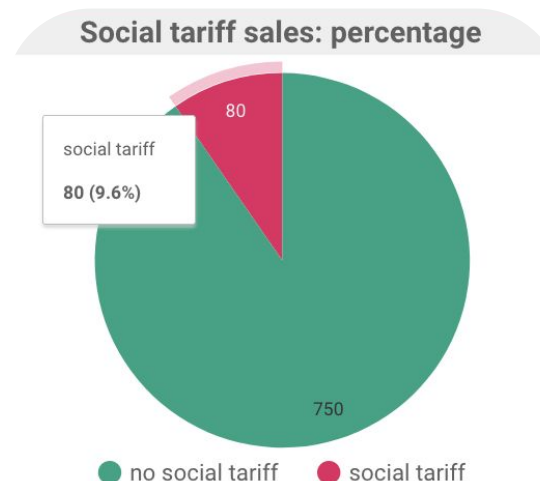
8

2. Doelgroepen

Inclusie van mensen in armoede als strategisch focusdomein

- **Wat is je bereik bij pashouders met sociaal tarief ?**
 - Hoe vaak verkoop je een museumpas aan kansentarief (€12,95)?
 - Hoeveel pashouders met sociaal tarief bezoeken jouw museum?
 - Welk onderdeel maken ze uit van alle museumbezoeken?

Social Tariff Visits:	= Percentage of social tariff visits compared to total visits in your museum	4.0%
Social Tariff Visits Overall:	= Percentage of social tariff visits in your museum compared to the total social tariff of all visits to all museums	2.1%

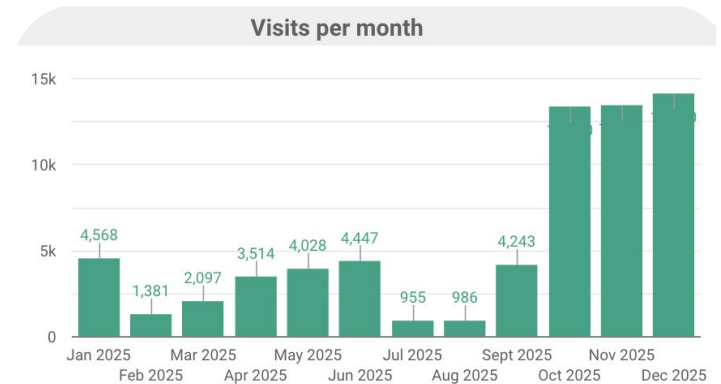


2. Doelgroepen

Capaciteitsplanning: data om rust te brengen of net als motor

Gebruik historische data om beter te plannen voor de toekomst:

- Wanneer kan je een stormloop verwachten?
→ Communiceer dat bezoekers een tijdslot moeten boeken, zet extra personeel in, ...
- Wanneer wordt het (te) rustig?
→ Plan activiteiten op daluren
→ Zet extra communicatie in over je vaste collectie



→ Combineer je expokalender met historische bezoekersdata om toeloop in de toekomst te voorspellen

3. Kies strategische topics

Wat wil je uitlichten?

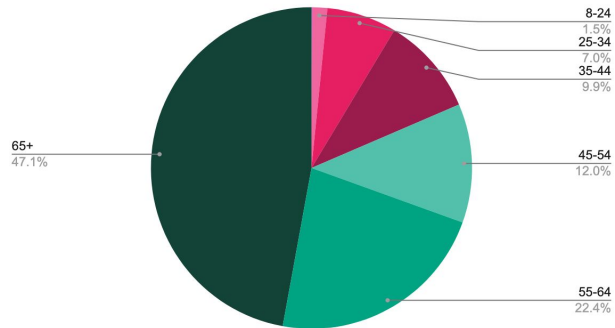


3. Strategische topics

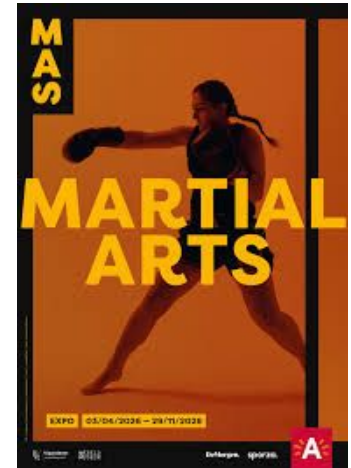
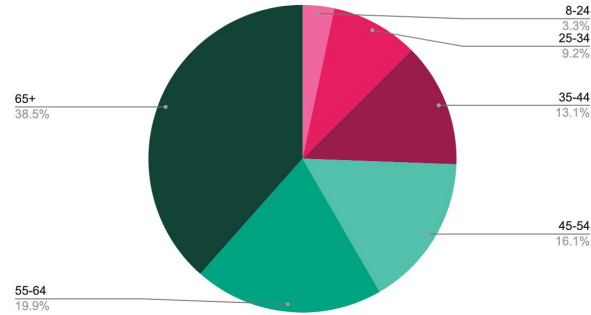
Programmatie op maat: met welke **tijdelijke tentoonstelling bereik je welk publiek?**

Het MAS trekt met haar expo 'Martial Arts' **7% meer pashouders onder 45 jaar** dan in het jaar voordien. De keuze van **thema** (gevechtssport) en **partners** (Sporting A, Erfgoedlab, Wereldmuseum) heeft zichtbare impact op de doelgroepen die je bereikt.

Pre expo



Since expo



3. Strategische topics

Waarom komen bezoekers naar jouw **vaste collectie**?

Hoe zorg je ervoor dat je vaste collectie tijdens het jaar bezoekers blijft aantrekken?

Onderzoek om welke redenen bezoekers komen. Die kunnen **praktisch** zijn (bv. afstand tot woonplaats, openingsdagen, ...) maar je kan ook **inspelen op doelgroepen, waarden** die je wilt uitdragen.



3. Wat?

Waarom komen bezoekers naar jouw **vaste collectie**?

Inhoudelijke topics waar je bv. op kan inspelen:

- **Actualiseer je erfgoed**
 - Belicht je collectie via een actueel thema
- **Creëer een aanbod voor gezinnen**
 - Focus op zoektochten, beleving, etc.
 - Licht ze uit via het Familielabel van MPM.
- **Zorg voor ontspanning en rust**
 - Zoek bv. naar bedrijven in de omgeving (lunchpauze, team-uitstap, ...)
- **Speel in op trots**
 - Gebruik storytelling rond collectiestukken voor (lokale) betrokkenheid , bv. via Museumstuk van het Jaar of Erfgoedtombola



3. Strategische topics



Speel in op topics die museumPASSmusées creëert

- **Week van de Belgische Musea**
 - Extra museumactiviteiten voor breed publiek en zo meesurfen op de zichtbaarheid van de campagne
- **Museumstuk van het Jaar**
 - kans om aandacht te trekken
- **musempas Nocturnes**
 - museumpas als co-host bij nocturnes voor extra bezoekers (pashouders)



4. Zorg voor gerichte tactieken

Hoe kan je impact behalen?



4. Tactieken

Bepaal de **customer journey** van je bezoeker



Ik ken dit
museum...

het
interesseert
me want...

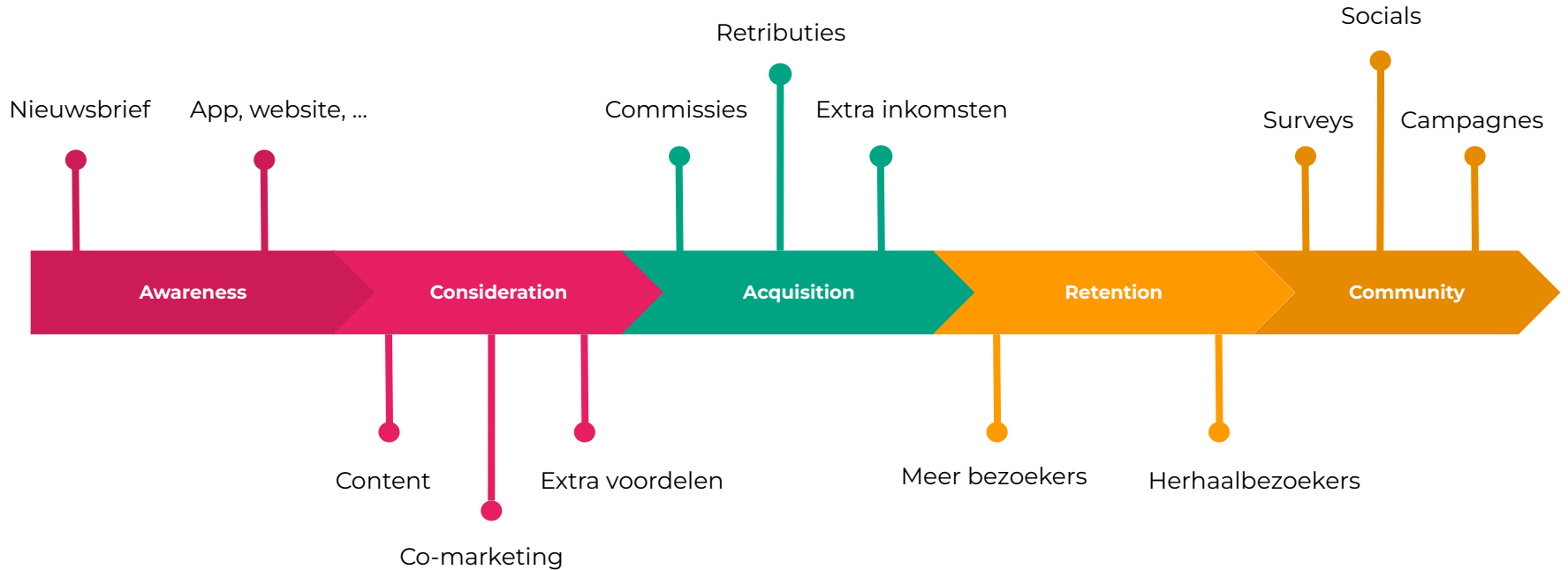
ik ga er
naartoe

ik ga er
opnieuw
naartoe

ik raad het
aan bij
anderen

4. Tactieken

Zet maximaal in op **museumpas-touchpoints** binnen de customer journey



4. Tactieken

Zorg voor de juiste zichtbaarheid via museumpas kanalen

Zet je museum in de schijnwerpers dankzij:

- **Nieuwsbrief** museumpas: stuur content tijdig door
- **Zorg dat je museumfiche & expofiche** op de museumpas-website up to date is
- **Doe mee aan co-marketing acties:** campagnes, evenementen, wedstrijden, enz.
- Bied **Extra voordelen**



© Martin Corlazzoli / museumPASSmusées

7 tentoonstellingen die
je moet hebben gezien

Van manga tot mode en kindermeeubilair

4. Tactieken

Acquisitie en extra inkomsten behalen via museumpas kanalen

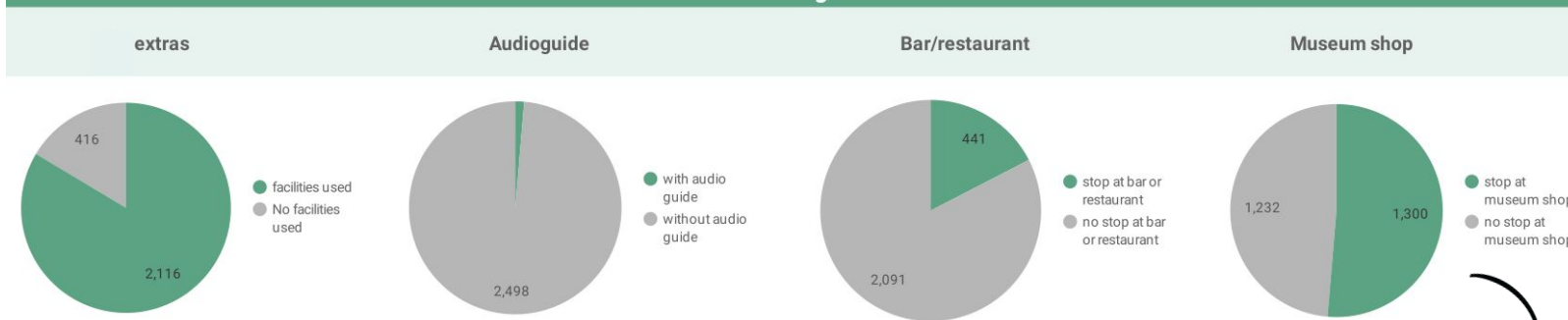
- **Nieuwe bezoekers** aantrekken
 - **Extra inkomsten:**
 - **verkoopcommissie** € 5 per verkochte museumpas
- Limited Edition museumpas kan de verkoop in jouw museum stimuleren 💡
- meer dan de helft van de bezoeken door pashouders horen **extra inkomsten via shop, restaurant en/of audiogids**



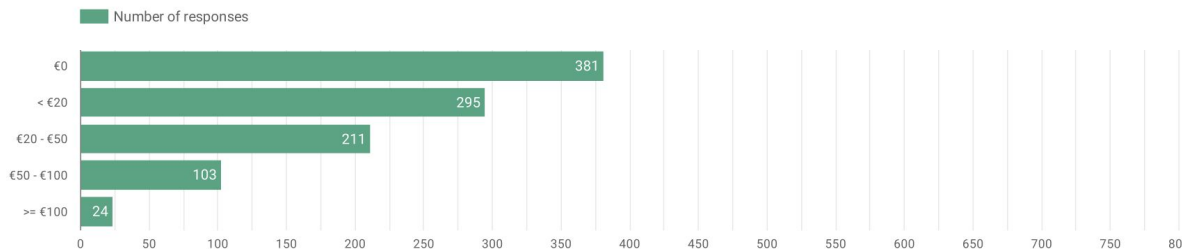
4. Van data naar inzichten: extra inkomsten

Breng **extra inkomsten** in kaart dankzij **uitgaven die museumpashouders in jouw museum doen.**

Extras during the visit



How much did visitors spend?



Door een Extra voordeel aan te bieden, kan je meer bezoekers aantrekken naar je shop.

4. Tactieken

Retentie behalen via museumpas kanalen

- Pashouders bezoeken **4x vaker** musea dan voordien (*Studie SEO, 2022*)
 - **27%** van de bezoeken is louter **toe te schrijven aan de museumpas** (zouden niet zijn gegaan zonder pas)
 - **24%** van de bezoeken door pashouders in een **herhaalbezoek** in hetzelfde museum
- Samen creëren we extra inkomsten voor de Belgische museumsector: 30 miljoen euro sinds september 2018



4. Tactieken

Community building met de andere musea & museumpashouders

Via meerdere gezamenlijke acties doorheen het jaar, versterken we de gehele museumsector in België:

- **Week van de Belgische Musea:** meer dan 100 musea nemen deel in 2026 🎉
- Wedstrijd **Museumstuk van het Jaar** en **Museummedewerker van het Jaar**
- **December Challenge:** samen aan de slag om de eindejaarsverkoop van museumpassen te verhogen → 13 musea wonnen een heerlijk ontbijt voor hun team
- **Erfgoedtombola**
 - Maak kans op € 150.000 + expertise voor de conservatie/restauratie van een collectiestuk



4. Tactieken

Community building met museumpashouders

- Pashouders geven onze musea gemiddeld 4,4 op 5
→ **Tevreden bezoekers en pashouders = ambassadeurs voor de Belgische musea** 👍
- Dat gemeenschapsgevoel kunnen we zelf versterken en inzetten via **sociale media, artikels, e-mails...**

Customer recommendation MUSEUM



90% van onze abonnees raadt de museumpas aan

Tevredenheidsenquête 2025

*“Als ik telkens een ticket zou moeten betalen, zou ik veel minder op museumbezoek gaan. Met de museumpas is die **drempel veel lager**. Zo heb ik al veel nieuwe plekken ontdekt.” - Patrick, pashouder uit Luik*



4. Tactieken

Extra tips om een publiek te bereiken dat musea niet altijd top-of-mind heeft

- **Moments of Truth:** waar & wanneer?
 - Vakantiemomenten, weekends
 - Grote expo's
- **Welke extra partners & campagnes?**
 - Toeristische koepels
 - Brede & sociale media, influencers
 - Organisaties & evenementen gericht op doelpubliek
- **Tone of voice en argumenten**
 - Beleving
 - Ontdekking van nieuwe plekken
 - Extra voordelen



4. Tactieken

Betalende mogelijkheden via museumPASSmusées

- **Communicatie op maat** van een specifieke **cohort** binnen de database van museumpas, bv. ad hoc mail



5. Conclusie



5. Conclusie

Goede communicatie begint niet vanuit campagnes maar vanuit inzichten.

- Gebruik **data** om gaten in je publiek te vinden of hen beter te begrijpen.
- Gebruik die inzichten om **programmatie** en **communicatie** te sturen.
- Werk samen met **museumpas** voor gericht bereik.

**Samen zorgen we voor meer bezoekers
aan onze Belgische musea!**





**Bedankt,
Merci.**

Contact

Na vandaag, één adres bij museumPASSmusées:
partner@museumpassmusees.be