

Rotterdam School of Management (RSM) BEDRIJVEN KUNNEN LEREN VAN HET REPUTATIEMANAGEMENT VAN MUSEA

Zorg voor aantrekkelijke presentaties en een sterke zichtbaarheid. Wees bovendien een betrouwbare en verantwoordelijke organisatie, die open staat voor zowel het grote publiek als voor gespecialiseerde klanten. Dat is kortweg wat bedrijven kunnen leren van Nederlandse kunstmusea, aldus prof. dr. Cees van Riel, hoogleraar Corporate Communication aan RSM. Het door Van Riel opgerichte Reputation Institute voerde in 2014 samen met RSM een online-onderzoek uit naar de reputatie van ruim honderdvijftig musea en de dertig grootste ondernemingen in Nederland. De musea deden het duidelijk beter: de tien meest bezochte Nederlandse kunstmusea scoorden gemiddeld 82,4 op de RepTrak®-schaal die in het onderzoek werd gehanteerd. Fier bovenaan, met een score van 87,8, stond het Rijksmuseum in Amsterdam. Het best scorende bedrijf was Philips (79,6).

