

# Cultureel ondernemerschap en e-commerce: acht kansen op extra omzet

Op dit moment zorgt e-commerce voor een vijfde deel van de totale groei van het BBP in Europa. De online-groei zal in de aankomende vijf jaar in Europa in omvang verdubbelen. Hoe kun je als museum profiteren van deze groei? Welke mogelijkheden zijn er? Cultureel ondernemerschap gaat over de rol die je vervult in de samenleving. Zorgen dat je relevant bent voor nu, extra betekenis geven. Mensen verrassen en inspireren. Het museum als bron van kennis, als verzamelplaats van authentieke en originele producten en gedachten, als broedplaats voor nieuwe ideeën. Draagvlak creëren voor nieuwe groepen. De 'extended family' ontstaat. Een club van mensen die bij jouw museum hoort.

Musea concurreren niet met elkaar, maar met, bijvoorbeeld, winkels en 'concept stores'. Die willen ook authentiek zijn en 'vrienden' maken. Consumenten kunnen hun geld maar één keer uitgeven. Retailers zijn er sterk in dat geld naar zich toe te halen. Musea kunnen dat ook. Met specifieke, cultureel gebonden producten creëren zij niches voor doelgroepen die 'normaal' moeilijk te bereiken zijn. Gewone retailers laten deze producten en niches liggen. Musea kunnen daarvan profiteren. En musea hebben de sympathie van het publiek ten opzichte van retailers: 'Met deze aankoop steunt u ons museum' doet het altijd goed.

Een webshop is een prima middel om nieuwe doelgroepen te bereiken en mensen hun geld te laten besteden in een museumwinkel. Met een webshop ben je 24 uur per dag, 7 dagen per week open. Met een webshop hoeven mensen niet naar je toe te komen om toch te kunnen kopen. Met een webshop ben je vindbaar in zoekmachines als Google en trek je kopers die je anders nooit hadden gevonden.

Wat kun je met een webshop? Een webshop is een nieuw verkoopkanaal en een extra communicatiekanaal:

1. Online verkoop van producten uit de museumwinkel
2. Online verkoop van exclusieve producten, die alleen in de webshop te koop zijn
3. Online aanbiedingen rondom tentoonstellingen: tickets, catalogus, rondleiding en lunch in één keer bestellen
4. Online cadeauservice voor het bestellen en versturen van originele producten als cadeau
5. Online doneren; geef iets bijzonders in ruil en men doneert graag meer
6. Online registreren voor diverse vormen van lidmaatschap voor 'vrienden'
7. Online tickets bestellen of een bijzondere ruimte reserveren voor een zakelijk event
8. Online kaarten versturen (E-cards); de ontvanger verstuurt zelf ook weer een e-card

Voor kleinere musea maakt e-commerce het eenvoudiger om gezamenlijk op te trekken, de kosten te delen en zichtbaar te worden voor nieuwe doelgroepen. Met een gezamenlijke webshop, met daarin je beste producten, heb je een breed en aantrekkelijk assortiment en bereik je veel meer mensen dan als individueel museum. Al met vijf musea kun je goedkoop een leuke webshop neerzetten.

Maar ben je wel in orde met het wettelijk kader voor webshops? Als je via een online museumshop gaat verkopen, ben je immers handelaar en dan moet je voldoen aan de consumentenregels. In België vind je die vooral in de Wet Marktpraktijken, in Nederland in de Dienstenwet en de Wet Oneerlijke Handelspraktijken. Zo bescherm je jezelf tegen eventuele problemen met klanten.

Realiseer je dat je hier al aan moet voldoen als je tickets of catalogi online verkoopt.

Een aantal voorbeelden:

- Goederen verkocht via internet: de consument heeft recht op 14 dagen bedenktijd waarbinnen hij de goederen kosteloos mag terugsturen en terugbetaald moet worden.
- De wet verplicht je om dit te vermelden naast alle producten, met een tekst die letterlijk in de wet is voorzien.
- De consument heeft van rechtswege recht op twee jaar garantie.
- Alle aangekondigde prijzen moeten inclusief alle kosten zijn.
- Sperperiode voor solden.
- Verbod op verkoop met verlies.
- Algemene voorwaarden moeten gekend en aanvaard zijn voorafgaand aan elke bestelling (= aanvinken van akkoord met inhoud nadat ze in beeld zijn verschenen).
- Opgelet met het verzamelen en verwerken van persoonsgegevens!

Het risico bestaat dat consumenten zich op hun eigen recht kunnen beroepen en naar hun eigen rechtbanken kunnen trekken. Je kan dat risico uitsluiten door expliciet enkel aan bepaalde landen te verkopen. De voorzichtigheid gebiedt dan om dit enkel voor België en eventueel de buurlanden te doen.

Het is verstandig te werken met betrouwbare kwaliteitslabels als *Safeshops.be* in België of *Thuiswinkel.org* in Nederland. Dit zijn sectorverenigingen in online retail die je bijstaan met informatie, lobbying, opleiding en vorming, klachtenprocedures en bemiddelingsservice. Bovendien geven ze, na het uitvoeren van een juridische scan, een kwaliteitslabel dat consumenten garandeert dat ze met vertrouwen kunnen kopen in jouw webshop.

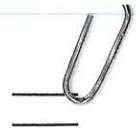
Lidmaatschapskosten zijn afhankelijk van het zakencijfer (de omzet) van de onderneming: vanaf 300 euro (jaarlijks) voor het lidmaatschap en éénmalig 400 euro voor de juridische scan en het bekomen van het kwaliteitskeurmerk.

**Bart Van den Brande**  
Advocaat, Sirius Legal

**Mieke Van Doorselaer**  
museumconsulent provincie Oost-Vlaanderen

**Ellen Groenveld**  
oprichter van *Museumwebshops.nl*

Lees meer over e-commerce voor musea in de flyer 'Het 10-stappenplan voor een museumwebshop'.



Takblad voor museummedewerkers in Vlaanderen en Nederland

# Museum

37

voorjaar 2012

# peil

**CREATIEVE MUSEA:**  
VAN BOOT- EN BUSTOCHT TOT  
ASVERSTROOING  
EN ATELIERVERHUUR

**BELEGGEN IN  
CULTUUR:**  
GELD, BANKEN EN  
ZAKELIJK LEIDEN

**WINKELS  
& WEBSHOPS**

**BUSINESSMODELS,  
STRATEGIEËN EN FORMULES:  
WAT IS JOUW PROPOSITIE?**

**EEN MUSEUM IS  
GEWOON EEN  
ONDERNEMING**

**NEVER WASTE A  
GOOD CRISIS**

# CULTUREEL ONDERNEMERSCHAP:

NIEUWE OPGAVEN VOOR MUSEA