



## EEN CHECKLIST VOOR EEN FAMILIEVRIENDELIJKE TOOL

Door studenten Kunst- en Cultuurbemiddeling aan de Karel de Grote Hogeschool in Antwerpen, in opdracht van Musea Turnhout.

Deze checklist is slechts één segment van het project dat de studenten afgerond hebben in het Taxandriamuseum, en is een concreet resultaat van hun onderzoeksproces. De bespreking en de checklist zijn hier weergegeven zoals ze in het volledige eindrapport te vinden zijn.

**Studenten:** Christine De Beule, Jana Maes, Jeelen Meersmans  
& Meine Vanlangendonck

**Projectcoach:** Inge Van Reeth

**Projectmentor:** Lore Cambré

**Project en Internationalisering**  
**Taxandriamuseum Turnhout**

**Sociaal Werk**

3 Kunst- en Cultuurbemiddeling

**Academiejaar:** 2020-2021

KdG

Karel de Grote  
Hogeschool





[...]

## CHECKLIST FAMILIEVRIENDELIJKE TOOL

### Praktisch en communicatie

Bij het uitwerken van een familievriendelijke tool is een van de eerste aspecten waar je rekening mee moet houden de praktische kant. In de gesprekken met musea, kunstorganisaties en experts kwam het aspect van **duidelijke bewegwijzering** vaak terug. Mensen moeten makkelijk hun weg kunnen vinden in het museum. Dit kan door middel van stickers op de grond die je de weg wijzen of plattegronden die je aan het begin van je bezoek meekrijgt. Een plattegrond op kinderformaat is zeker een must of een extra pluspunt als het beschikbaar is. Niet alleen de weg moet makkelijk te volgen zijn maar ook de **opdrachten en doe-dingen in het museum** moeten **goed aangegeven** zijn. Het moet duidelijk zijn op welke plekken er dingen te doen zijn (Lieve Maesele, Het Zwin; Jolanda Bouman, Villa Zebra; Laura Pyl, Red Star Line; Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen; Chris Ferket, MOOSS).

Een volgende praktische aspect is een **toegankelijke prijs**. Zorg ervoor dat een tool in een museum toegankelijk en liefst ook gratis is. Mensen betalen al hun inkomkaartje om het museum te bezoeken (Sophie Prison, BPS22).

Verder is **eenvoudige en duidelijke communicatie** heel belangrijk. Probeer het voor families zo eenvoudig mogelijk te maken om naar het museum te komen. Dit kan door als museum zo flexibel mogelijk te zijn en bijvoorbeeld te werken zonder een reservatiesysteem (ook buiten de coronacrisis). Als is het wel handig om een registratiesysteem te hebben bij de balie, zo kan er worden bijgehouden hoeveel gezinnen er langskomen. Daarnaast maakt een eenvoudige en duidelijke website het makkelijker voor families om het museum te bezoeken. Als alle informatie makkelijk is terug te vinden kunnen families thuis al hun bezoek voorbereiden. Vermeld duidelijk of families moeten reserveren, of ze moeten betalen, of het binnen of buiten is, hoe lang een bezoek zal duren en dat er een familietool aanwezig is (vermeld hierbij ook voor welke leeftijd de tool bedoeld is). Deze informatie staat best op de website en in het museum (Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen; Laura Delauré, Publiq; Chris Ferket MOOSS).

### Onthaal in het museum

Wanneer families het museum binnenstappen komen ze bijna altijd eerst bij de balie en de baliemedewerkers. Het is belangrijk dat zij de bezoeker meteen een **welkom gevoel** geven. Het is belangrijk families het gevoel te geven dat het museum een leuke, welkome plek is voor iedereen. Hierdoor krijgen de families een fijne ervaring, een fijn gevoel bij het museum en komen ze misschien nog een keer terug (Sophie Prison, BPS22; Laura Pyl Red Star Line; Jolanda Bouman, Villa Zebra).

Het welkom heten van een familie in het museum doe je niet door alleen de ouders aan te spreken. **Betrek de kinderen** al vanaf het begin, dus vanaf het onthaal. Zo krijgen de kinderen het gevoel ook betrokken te zijn in plaats van dat er over hun hoofden wordt gepraat. Dit kan bijvoorbeeld door de plattegrond of de brochure met extra informatie aan de kinderen te overhandigen (Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen; Tine Geunis, Africa Museum).





## Vormgeving tool

In de gesprekken werd ons meermaals verteld dat een tool in de vorm van een **doeboekje vaak niet zo goed werkt**. Het nadeel van zo'n boekje is dat de jongsten dit niet kunnen lezen en dat het **leuk moet zijn voor verschillende leeftijden**, anders valt er iemand uit de boot. Een boekje is vaak ook niet zo prikkelend als bijvoorbeeld een familiekoffer en geeft vaak een schools gevoel aan kinderen. En eenvoudig is het ook niet. Een boekje met uitleg moeten de ouders of begeleiders vaak eerst zelf lezen om het vervolgens aan hun kinderen uit te leggen. Zo zijn ze te veel bezig met het stimuleren van hun kinderen en is er minder ruimte om als ouder of begeleider zelf van het museum te genieten (Jolanda Bouman, Villa Zebra; Laura Pyl, Red Star Line; Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen).

De **lay-out van de tool** is ook belangrijk om in rekening te brengen. Zorg ervoor dat de tool dezelfde lay-out heeft als in de rest van het museum. Dat zorgt voor harmonie. Naast de lay-out is veel tekst een afknapper. Probeer niet alleen tekst te gebruiken maar maak ook gebruik van bijvoorbeeld audio of video maar het allerbelangrijkste: maak het visueel. Zorg er ook voor dat alles op ooghoogte van de kinderen hangt. De bezoekersgids is ook makkelijk aan te passen aan de gekozen lay-out voor kinderen. (Jolanda Bouman, Villa Zebra; Paura Pyl Red Star Line; Sophie Prison BPS22).

## Uitwerking tool

Een tool voor families richt je best niet alleen op kinderen. Het is de bedoeling dat je **als gezin kunt samenwerken**. Dit aspect van samenwerken werkt goed bij interactieve opdrachten. Gezinnen maken het meest gebruik van **interactieve installaties** en blijven hier vaak ook het langst bij stilstaan. Dit merkte Christine ook op bij haar bezoek aan Red Star Line. Haar neefje beleefde ook het meeste plezier aan de interactieve opdrachten. Het is dan ook aangeraden om interactie tussen de ouders en kinderen te bevorderen (Jolanda Bouman, Villa Zebra; Christoph Ewering, Spionagemuseum; Christine en neefje).

Een volgend belangrijk aspect is **vrijheid**. Het is belangrijk dat mensen zelf kunnen kiezen hoe lang ze ergens blijven staan en dat ze zelf, op hun eigen tempo, kunnen ontdekken. Een ontspanningsmoment of een plekje in het museum waar je even kan rusten of waar de kinderen een spelletje kunnen spelen kan hierbij helpen. Een meerwaarde is om elk kind te voorzien van een rol (bijvoorbeeld het dragen van de plattegrond, of het voorlezen van de opdrachten). (Jolanda Bouman, Villa Zebra; Sophie Prison, BPS22; Tine Geunis, Africa Museum).

In een museum mogen bezoekers meestal niks aanraken. Ze mogen alleen kijken of luisteren naar een (audio-)gids. Er wordt ons aangeraden om meer in te zetten op **zintuigen** naast zien en horen (Africa Museum). Daarbij is **een balans tussen leren en doen** van belang. Wanneer kinderen naar een museum komen is het heel leuk als ze daar dingen kunnen doen maar ze moeten er ook iets uit leren. Al zorg je er best voor dat het geen overload aan informatie is. Selecteer de informatie/weetjes zodanig dat zowel kinderen als volwassenen het interessant vinden en er iets uit leren. De informatie in een verhaal gieten (storytelling) zorgt voor een laagdrempelige en leuke manier van leren. De begeleiders helpen de kinderen graag, maar willen ook kunnen genieten van de rest van het museum. Het is aangeraden om ervoor te zorgen dat de kinderen ook alleen aan de tool kunnen werken. (Greetje Van Buggenhout, Dingenzoekers; Lieve Maesele, Het Zwin; Chris Ferket, MOOSS; Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen).





Verder houden kinderen ervan om **iets mee naar huis te nemen**. Als ze het museumbezoek heel leuk vonden zetten ze hun bezoek thuis graag verder. Daarom is het leuk om een opdracht achteraf (of op voorhand) mee te geven voor thuis. Zo blijven ze thuis nog nadenken over en bezig zijn rond hun ervaringen in het museum. Als een kind uit een museum komt en drie dingen onthouden heeft is het museumbezoek al geslaagd. Het is daarbij belangrijk dat ze **iets beleven** in het museum, dit kan eenvoudig zijn (bv. een goed verhaal doet wonderen). Hou het dus kort, maar krachtig. Zorg er tenslotte voor dat er maximaal vier tot vijf opdrachten voorzien zijn die naar een spannend eindpunt toewerken. Door deze spanning raken ze gefascineerd en doen ze verder. Bij de opdrachten van een familietool is het belangrijk in het achterhoofd te houden dat kennis overdragen niet het hoofddoel is. Dit is bij scholen wel het geval. (Greetje Van Buggenhout, Dingenzoekers; Tine Geunis, Africa Museum).

### **Betrokkenheid personeel**

Bij het ontwikkelen en gebruiken van een tool in het museum is het belangrijk dat al het personeel hierbij betrokken is. Alle **personeelsleden moeten perfect op de hoogte zijn van de tool** zodat zij op hun beurt de families die de tool willen gebruiken hierin kunnen begeleiden. Als dat niet gebeurt vertrekt de bezoeker misschien ontevreden. Zo had Christine een negatieve ervaring bij een bezoek aan het Red Star Line museum met haar broer en 5-jarig neefje: *“We vonden het jammer dat het personeel niet goed meegaf hoe we de tool moesten gebruiken”*. Als het personeel goed op de hoogte is, kan elke bezoeker goed geïnformeerd worden en de tool gebruiken zonder problemen (Laura Delauré, Publiq; Chris Ferket, MOOSS; Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen; Greetje Van Buggenhout, Dingenzoekers; Christine en neefje).

Het is een must dat er altijd iemand is die aanwezig is op de tentoonstelling of in de zalen om de families te begeleiden als dat nodig is. De communicatie van het personeel moet ook op een positieve manier overgebracht worden naar de bezoeker. Als de bezoeker bijvoorbeeld iets fout doet moet dit op een positieve manier aangereikt worden zonder meteen met de vinger te zwaaien (Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen; Laura Delauré, Publiq; Jolanda Bouman, Villa Zebra).

### **Bevraging en testen**

Om de bezoekers (kinderen en hun begeleiders) voor of na hun bezoek te bevragen kregen we verschillende tips. Als eerste werd ons een **kort informeel gesprek** met de begeleiders en de kinderen op het einde van het bezoek aangeraden. Een bedenking hierbij is dat je moet oppassen met het bevragen van kinderen. Kinderen geven namelijk vaak sociaal wenselijke antwoorden om anderen te plezieren. Ook moet je altijd toestemming vragen aan de begeleiders van de kinderen als je hen wilt bevragen. (Jolanda Bouman, Villa Zebra; Sophie Prison, BPS22; Laura Pyl, Red Star Line; Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen).

Na een korte bevraging op het einde kun je de bezoeker vragen of het museum hen online een meer **uitgebreide enquête** mag sturen (Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen). In het Africa Museum wordt er niet gewerkt via een informeel gesprek maar bevragen ze de kinderen via enkele korte vragen via hun doeboekjes voor kinderen (Tine Geunis, Africa Museum)





Niet alleen een bevraging maar ook het testen van een nieuwe tool met een **testpubliek** wordt **sterk aangeraden**. Laat een aantal families het nieuwe product testen en ga achteraf met hen samen zitten om zo gerichte feedback te verkrijgen. Zo kom je te weten waarom een bepaald aanbod wel of niet werkt. In Villa Zebra werken ze met een kinderpanel. Hier wordt er met een groep kinderen samengezeten en wordt hun mening gevraagd over de nieuwe tool of tentoonstelling. Hun mening wordt ook echt meegenomen in de (opbouw van de) tentoonstelling (Jolanda Bouman, Villa Zebra; Laura Pyl, Red Star Line; Bernadette Baele, Toerisme Vlaanderen).

#### PRAKTISCH (VOORAF)

- Praktische info (zoals huisregels en de beschikbaarheid van een familietool) op de website zetten.  
*Een heldere pagina maken waar snel en duidelijk op kan worden gezien wat de huisregels zijn.*
- Is reserveren nodig?  
*Duidelijk communiceren bv. op website of men moet reserveren.*
- Is de prijs aangegeven?  
*Duidelijk vermelden hoeveel een toegangsticket voor welke groep kost.*
- Is de duur aangegeven?  
*Hoe lang duurt een bezoek aan het museum?*

#### PRAKTISCH (TIJDENS)

- Vinden families hun weg in het museum?  
*Is het makkelijk voor families om overal vlot te geraken, zonder te veel moeite. bv aan de hand van signalering in het museum of een grondplan.*
- Grondplan online plaatsen, aanbieden in museum en meegeven bij tool.  
*Het grondplan op voorhand delen. Zo kan het publiek zich voorbereiden op wat er komt.*
- Aangeven waar er meer prikkels zijn in het museum.  
*Op welke plekken zijn er meer prikkels (zoals: meer geluid en licht) ontvangen in het museum.*  
  
*Aangeven op de website (in de brochure, op het grondplan)*

#### ONTHAAL (VOORAF)

- Medewerkers duidelijk gebriefd over de tool (praktisch en inhoudelijk)  
*De medewerkers in het museum kennen je tool. Ze weten perfect wat hen te doen staat en wat er in het museum allemaal gaande is. Zij kunnen de bezoekers ten allen tijden helpen.*





## ONTHAAL (TIJDENS)

- Kinderen aanspreken/ niet over het hoofd van de kinderen praten  
*De onthaalmedewerker betreft de kinderen bij het bezoek.*

## INHOUD TOOL

- Voor iedereen/ inclusief  
*Kinderen en begeleiders kunnen (samen) de tool gebruiken.*
- Samenwerking tussen kinderen van verschillende leeftijden en begeleiders stimuleren  
*De kinderen (en de begeleiders) kunnen samenwerken en leren van elkaar.*
- Laat ook begeleiders van museum genieten  
*Zorg ervoor dat begeleiders niet constant met de kinderen en de tool bezig moeten zijn, maar dat zij ook de tijd vinden om zelf van het museum te genieten.*
- Ieder zijn eigen tempo  
*Zorg ervoor dat elke persoon en elke familie zijn eigen tempo kan volgen.  
Bv ze moeten elk moment kunnen stoppen met de tool en deze toch afronden. Anders gaan ze zich haasten en is het plezier weg.*
- Zintuigen aanspreken  
*Kinderen zijn erg gericht op hun zintuigen en onthouden zo het meest.  
Zorg er dus voor dat je meer dan enkel zien en horen aan bod laat komen.*
- Storytelling (emoties losmaken)  
*Kinderen en families houden van verhalen, zorg er dus voor dat er hier en daar een verhaal in verwerkt zit.*
- Stimuleer kritisch denken  
*Laat de families niet alleen dingen doen, maar ook nadenken over wat ze doen en waarom juist.*
- Niet te talig  
*Zorg ervoor dat er niet te veel gelezen moet worden. Dit vertraagt een bezoek en maakt het op den duur saai in de ogen van kinderen.  
Jongere kinderen kunnen vaak ook nog niet lezen.*
- Achteraf iets mee naar huis  
*Kinderen vinden het altijd leuk als ze iets mee naar huis krijgen (meer dan enkel bv hun doe-boekje). Zo blijven ze achteraf nog bezig met het museum en leren ze thuis ook bij. Je kan bijv. een opdracht meegeven voor thuis of een gadget.*
- Test je tool  
*Voor je de tool lanceert, test je deze best even met testgezinnen.  
Probeer deze gezinnen zo divers mogelijk te krijgen.*





## VORMGEVING TOOL

- Duidelijk lettertype  
*Zorg ervoor dat het duidelijk leesbaar is.*
- Duidelijke lay-out  
*Maak de tool zodanig dat het in één oogopslag duidelijk is wat er moet gebeuren.*  
*Als je pictogrammen gebruikt, zorg er dan voor dat deze duidelijk zijn en door iedereen begrepen worden op dezelfde manier.*  
*Laat altijd en overal in het museum dezelfde lay-out terugkomen.*
- Visueel  
*Maak gebruik van beeldmateriaal (tekeningen of foto's).*

## BEVRAGING VAN FAMILIES

- Kort houden  
*Een simpele en korte bevraging die niet te veel tijd vraagt van de bezoekers.*
- Niet te veel tekst  
*Maak zonder veel tekst duidelijk wat je wil weten.*
- Voor kinderen en volwassenen  
*Laat niet alleen de volwassenen deelnemen aan de bevraging, maar ook de kinderen. Maak het speels.*
- Via verschillende kanalen  
*Online en via boekje dat je meegaf aan de uitgang van het museum.*

[...]

De Beule, M., Maes, J., Meersmans, J. & Vanlangendonck, M. (2021). *Eindrapport Project en Internationalisering* [Ongepubliceerde type scriptie of dissertatie]. Karel de Grote Hogeschool Antwerpen.

