

weg met jongeren! Het Plan

ZO MAAK JE JOUW MUSEUM OF ERFGOEDSITE AANTREKKELIJK VOOR JONGEREN

TOERISMEVLAANDEREN

Zin om er zelf werk van te maken? Deze handige poster kan je als werkinstrument gebruiken om straks je museum of erfgoedplaats nog aantrekkelijker te maken voor jongeren.

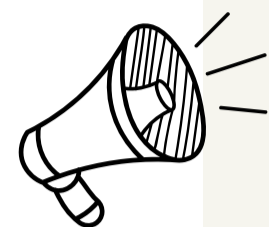
Aan de hand van de volgende stappen en tips kan je concreet aan de slag.

Veel succes!

Go for it!

inspiratie

1



In deel II – De Voorgangers vind je tonnen inspiratie van musea, erfgoedplaatsen en organisaties die op jongeren inzetten. Je vragen en ideeën aftoetsen bij collega's kan heel waardevol zijn. Wat is hun visie op jongeren? Ga op inspiratiebezoek bij andere musea of sites in binnen- en buitenland, maar bereid eerst en vooral je bezoek goed voor:

- Maak een afspraak met de verantwoordelijke voor de jongerenwerking om zo meer te leren over de achterliggende visie, aanpak, hoogtepunten en werkpunten van het museum.
- Test het museum, de tentoonstelling en/of het jongerenparcours zelf uit.
- Maak foto's, filmpjes en notities om met jouw collega's te delen.
- Welke ideeën en inzichten wil je meenemen naar je eigen museum? Welke zeker niet?
- Kies ook eens een museum met een andere thematiek of visie dan die van je eigen museum.

2 visie



- ✗ Beslis waar je heen wil en wat voor jou succes is (en hoe je dat wil evalueren)
- ✗ Differentieer (volgens leeftijd en generatie) en personaliseer
- ✗ Denk na over profilering en communicatie naar jongeren

Maak een keuze: Ik ontwikkel iets...

- "voor jongeren"
- "óók voor jongeren"

Maak een keuze: Ik ontwikkel iets...

- "voor jongeren"
- "voor en mét jongeren"

Beter

Het onderzoeksrapport "Van jongerenpanel tot escape room. Hoe kunnen musea en erfgoedplaatsen jongeren bereiken?" van HIVA-KULeuven kan je downloaden op toerismevlaanderen.be/familievriendelijkheid

4 expertise

4

Zelf nog groen achter de oren op het vlak van jongerenwerking? Heel wat organisaties hebben de nodige kennis en ervaring in huis op vlak van communicatie en participatie met en door jongeren. Het warm water hoeft je dus gelukkig niet zelf uit te vinden.

Op p. 46 van Deel I – De basis serveren we je heel wat interessante partners en publicaties.

Organisaties die je specifiek wegwijs kunnen maken in jongerencommunicatie vind je op p. 92 in Deel II – De Voorgangers.

Ook in Deel II, op p. 98, delen we de voor- en nadelen van werken met influencers.

3 nul-meting

3

Hoe scoor je vandaag bij jongeren? Wat is er al, wat ontbreekt nog of kan beter? Een zelfevaluatie werkt verhelderend. Hoe meer collega's je hierbij betreft, hoe meer feedback en gedragenheid voor je project. Nodig ook eens een groep jongeren uit en pols naar hun ongezouten mening.

Klop aan bij een naburige school, een lokale jeugdbeweging, een academie, een kunsteducatieve organisatie of jeugdhuis.

Schrijf bijvoorbeeld in op het begeleidingstraject van Formaat (Deel II – De Voorgangers, p. 15).

Vraag een doorlichting aan bij AmuseeVous (Deel II – De Voorgangers, p. 81).

Op p. 12 van Deel I – De Basis herinneren we je eraan waarom jongeren ook weer zo'n interessant doelpubliek zijn.

Wat spreekt hen aan?

5

participatie



Valkuilen

- ✗ Trap niet in de val van schijnparticipatie.
- ✗ Creëer bij aanvang de juiste verwachtingen bij je jongeren.
- ✗ Geef jongeren vrijheid, maar begeleid het denkproces.
- ✗ Waak over je authenticiteit en laat alles wat fake aanvoelt achterwege.

Meer do's en don'ts over participatie door jongeren? Neem een kijkje op p. 32 in Deel I – De Basis en op p. 72 in Deel II – De Voorgangers.

Tips

- ✗ Betrek jongeren van bij het prille begin.
- ✗ Een jongerenwerking opzetten is een voltijdse bezigheid.
- ✗ Creëer een leuke sfeer: haal snacks in huis en organiseer ook eens een teambuilding.
- ✗ Plaats een faire vergoeding en tonnen waardering tegenover de inzet van jouw jongeren.
- ✗ Creëer gedragenheid op elk niveau binnen je organisatie.
- ✗ Wees flexibel en schuw geen avond- en weekendactiviteiten

6 en actie!

Maak de organisatie (verder) "jongerenproof" (wifi, lockers, signalisatie, zaalwachter, ...)

Maak iets nieuws of stem wat je al hebt beter af op jongeren	Doe niet per se veel, maar doe wat je doet goed en authentiek	Hou rekening met het bezoekerspatroon van jongeren	Vertel een relevant verhaal, zorg voor beleving	Digitaal is het nieuwe normaal... maar is ook maar een middel
--	---	--	---	---

Bijvoorbeeld?

Jeugdgidsen	Take Over	Communities	Festival	Escape games
Optreden (muziek, dans,...)	Jongerenplatform	Podcast	Art memes	Jongerenapps
"Late (nights)"	Insta-tour	Jongerenstages	Radiouitzending	Hackathon

Op zoek naar een geschikte vorm van bemiddeling of spel? Op p. 44-45 van Deel I – De Voorgangers vind je zeker iets wat in jouw visie past.



7 evaluatie

7

Vraag jongeren om jouw aanbod of werking te evalueren. Past alles nog binnen jullie visie? Durf ook te falen: werken met en voor jongeren is een (leerrijk) proces van vallen en opstaan. En laat je niet te snel ontmoedigen. Verwacht geen instant resultaat: focus op kwaliteit in plaats van op cijfers.



Colofon

Verantwoordelijke Uitgever (V.U.)

Peter De Wilde

TOERISMEVLAANDEREN - Grasmarkt 61, 1000 Brussel

Contact

Bernadette Baele - bernadette.baele@toerismevlaanderen.be

Sara Lefèvre - sara.lefevre@toerismevlaanderen.be

Meer informatie

www.toerismevlaanderen.be/familievriendelijkheid

Concept, lay-out en redactie

MO KA en Dingenzoekers

Copyrights

Dingenzoekers, HIVA-KULeuven

Met bijzondere dank aan

Elisabeth Addo, Peter Aerts (ART United), Lisa Alemán Arévalo, Felix

Bal, Femke Bijlsma (Kossmandejong), Francine Boon (Sherlocked),

Auke Bourdeaud'hui, Liene Conard (MAS in Jonge Handen), Dario

Antonio De Cono, Alice De Meulenaert, Irma de Vries (Rijksmuseum),

Freya Goossens (MNM), Zoë Grusenmeyer, Pieter Hens (www.

kidsentrips.be), Hoa Lambrechts (YOUNG OFFICE), Lies Ledure

(MSK), Michaël Mariën (GUM), Jeelen Meersmans, Ravi Rosoux, Simon

Smetryns (TAGMAG), Ilka Tillekaerts en Silke Leenen (AmuseeVous),

Rosalie Vandekerckhove, Hans Van Damme en An De Rooy

(Affavision), Arne Vandelanotte (Museum Hof Van Busleyden),

Hildegarde Van Genechten (FARO), Geert Verbeke (Verbeke

Foundation), Lode Vermeersch (HIVA) en Sietsje Willems

Wettelijk depot

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.

Depotnummer: D/2021/5635/3/1