

Netwerk- moment ICOM CECA België

KMSKA
02 maart 2023





Inhoudstafel

- 4 Inleiding
- 6 Opiniestuk
- 14 Verslag discussietafel Diversiteit
- 18 Verslag discussietafel Familieprogramma's
- 22 Verslag discussietafel Multimedia
- 26 Verslag discussietafel Toegankelijkheid

Inleiding

CECA, de Commissie voor Educatie en Culturele Acties, is één van de oudste internationale comités van ICOM en telt meer dan 1500 leden verspreid over 85 landen. Eén van de doelstellingen van CECA is de promotie en verspreiding van nationale en internationale ontwikkelingen op het vlak van museumeducatie.

In oktober 2021 organiseerden CECA en ICOM Belgium, samen met M Leuven, FARO, Bamm! en KU Leuven de jaarlijkse internationale CECA conferentie. Deze conferentie was gewijd aan het thema co-creatie.

Ongeveer een jaar later, op 2 maart 2023, organiseerde CECA Belgium voor de eerste keer een Belgisch netwerkmoment, dit keer in samenwerking met ICOM Belgium, KMSKA en FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed. Tijdens dit netwerk konden CECA leden en andere publieksmedewerkers uit België kennis maken met het vernieuwde museum en het bijzonder met de publiekswerking en de bemiddelingsprojecten van het KMSKA. In het programma stonden vier thema's centraal: diversiteit, digitaal aanbod, familieprogramma's en toegankelijkheid. Doel van het netwerkmoment was om de dialoog tussen collega's te stimuleren, voorbeelden en ideeën uit te wisselen en nieuwe inzichten te delen.

Deze publicatie bundelt een aantal inzichten en verslagen van deze boeiende dag die we graag met het netwerk delen, zowel nationaal als internationaal.

Dank aan alle deelnemers voor hun enthousiasme en in het bijzonder ook aan al de partners die de organisatie van dit netwerkmoment mogelijk maakten: ICOM Belgium, KMSKA en FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed.

— Stéphanie Masuy & Sofie Vermeiren
Nationale correspondenten voor CECA Belgium¹

1. Elk land heeft één of twee nationale correspondenten die het aanspreekpunt zijn voor CECA-leden. Voor België zijn dit Stéphanie Masuy, Hoofd publiekswerking van het Museum van Elsene (voor musea van Wallonië-Brussel) en Sofie Vermeiren, Diensthoofd publieksbemiddeling van M Leuven (voor de musea van Vlaanderen). Als correspondenten wisselen ze expertise uit met ICOM Belgium en CECA. Ze zorgen voor informatiedoorstroming van CECA-middelen en activiteiten (vb. via www.facebook.com/ICOM.CECA.Belgium). Verder helpen ze om innovatieve bemiddelingspraktijken die in België en in het buitenland ontwikkeld worden bekend te maken. Je kan Stéphanie bereiken via stephanie.masuy@ixelles.brussels, Sofie via sofie.vermeiren@mleuven.be

Opiniestuk

Samen genieten in het Koninklijk
Museum voor Schone Kunsten
in Antwerpen

— Nicole Gesché-Koning

Op 2 maart 2023 organiseerde CECA België zijn netwerkmoment. Het werd een verrijkende en inspirerende dag!

Zes maanden na de heropening is 'Het Schoonste Museum', zoals het zichzelf noemt – waarbij de overtreffende trap van schoon (schone kunsten) in de communicatie wordt gebruikt – zeker een passende en accurate definitie voor het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten (KMSKA). Het museum heeft de ambitie om “in alles wat het organiseert, doet of uitstraalt ‘het schoonste gevoel’ te laten doorschemeren: een positieve emotie die iets met iemand doet.” Het wil “verbindingen leggen tussen generaties en culturen en kennis op mensenmaat delen met verhalen die verwonderen, verrijken en verbinden.” (<https://kmska.be/nl/over-kmska>)

Wat een plezier om het KMSKA te zien floreren na zo'n doordachte renovatie waarbij publiek en kunstwerken in harmonie lijken.

Dit professionele bezoek werd georganiseerd door CECA Belgium in samenwerking met het KMSKA, ICOM België en FARO. Vlaams Steunpunt voor cultureel erfgoed. Voor veel deelnemers was dit hun eerste bezoek aan het vernieuwde museum, dat in september 2022 na meer dan tien jaar sluiting weer openging. Ze kregen een rondleiding op maat waarin de vele bemiddelings- en interpretatiemogelijkheden van het museum verkend werden aan de hand van de volgende vier thema's: diversiteit, digitaal aanbod, familieprogramma's en toegankelijkheid.

Wat tijdens het bezoek meteen opviel was het aanstekelijke enthousiasme en de passie van de medewerkers, niet alleen voor het opwaarderen en behouden van de prachtige collectie van het museum maar ook voor het zo breed mogelijk delen van hun liefde voor kunst en de emoties die die bij ieder van ons kan oproepen. 'Het schoonste gevoel' als motto van het museum. Dat gevoel kan worden geïnterpreteerd als een groot gevoel van welzijn dat emotie, waardering, plezier, verrukking en amusement omvat, allemaal zaken die onmiddellijk uit het bezoek voortvloeien. Als gevolg van dit positieve DNA ontvangt het museum veel bezoekers, zoals ook het geval was tijdens ons bezoek: de entreehal was gevuld met school- en vrije tijdsgroepen en andere bezoekers. Mocht je nog twifelen aan het succes van de heropening, de cijfers liegen er niet om: tussen september 2022 en februari 2023 bezochten zo'n 400.000 mensen het KMSKA.

Gedurfde keuzes

Een zekere dosis durf om risico's te nemen bleek op alle niveaus succesvol. Te beginnen met het gebouw zelf, waarvan de restauratie verleden, heden en toekomst integreert door met respect voor de oorspronkelijke architectuur het omhulsel van het gebouw te behouden en een nieuw modern volume in de oude binnenkoeren in te voegen. Een oplossing die bijvoorbeeld ook werd toegepast in het Louvre.

De oude en moderne collecties worden tentoongesteld in een nieuwe, perfect ontworpen ruimte. De foto's van Karin Borghouts maken het mogelijk de transformatie van het museum stap voor stap te volgen in de tijdelijke tentoonstelling 'The Making Of'.

Een publieksgericht museum

Het KMSKA is er glansrijk in geslaagd om publieksbemiddeling centraal te stellen door een verrassende verscheidenheid aan bezoekers aan te spreken, van de leek of gezinnen ('De 10'), over slechtzienden en blinden ('Radio Bart'), tot de kunstenaar die in ieder van ons schuilt. Het publiek wordt uitgenodigd om te tekenen of creatief te zijn ('Ik kan niet tekenen', 'Creatief type' of 'Zin in een uitdaging?'). De inrichting van het museum zelf, de multimediale voorzieningen (touchscreens, VR-ervaring, app...), maar ook de toegankelijke labels maken deel uit van het rijke aanbod bemiddelingsinstrumenten. Terwijl het museum kiest voor tweetalige teksten (NL-EN) omwille van de algemene leesbaarheid, biedt een applicatie informatie in tien talen (waaronder Vlaamse Gebarentaal).

De 10

Deze sprookjesachtige en avontuurlijke ontdekkingstocht, ontworpen voor families met kinderen, intrigeert veel bezoekers. Het museum verspreidde tien verrassende installaties van Christophe Coppens over de museumzalen. Samen met de ateliers van de Munt in Brussel selecteerde de kunstenaar tien details uit verschillende schilderijen. De details werden vertaald in tien gewaagde installaties die de bezoeker uitnodigen om anders naar kunst te kijken. Hoewel sommige kunstcritici deze installaties afschuwelijk, misplaatst en buitensporig vinden, moet men toegeven dat het resultaat overtuigend is, ook al was de opdracht riskant. In de Rubenszaal, tussen twee pompeuze kardinaalrode fluwelen banken, werd een enorme dromedarisbank neergezet, die een detail van Rubens' *Aanbidding door de koningen* (1624) nabootst! De gigantische hand die draait en uit het plafond lijkt te vallen is een reproductie van een detail van Marinus van Reymerswale's *Heilige Hiëronymus* (1541). Niet alleen zie je gemakkelijk naar welk schilderij de installatie verwijst, je begint ook spontaan te kijken naar alle handen in de omringende schilderijen en daarbuiten.



Om erachter te komen welk klein schilderij van Joachim Patinir de inspiratie is geweest voor de enorme rots die Coppens midden in zaal Horizon heeft geplaatst is een nieuwsgierig oog nodig. Maar wat een plezier is het om dit enorme detail van het Landschap met de *Vlucht naar Egypte* (1516-1517) binnen te stappen. En heb je de vlieg gezien? Is het een detail van Willem van Aelst's *Vruchten en wijnglas* (1659), de Meester van Frankfurt's *De schilder en zijn vrouw* (1496) of een ander schilderij? Kinderen en alle geïnteresseerde bezoekers kunnen de tien humoristische installaties ontdekken samen met een gratis boekje (18.510 exemplaren verspreid tot januari 2023). Leren is nooit zo leuk als wanneer je plezier hebt!

Radio Bart

Heb je ooit echt naar alle details van een schilderij gekeken? Door plaats te nemen naast Bart, een blinde museummedewerker, in zijn mobiele radiostudio, worden mensen uitgenodigd om één werk gedurende minstens tien minuten van dichtbij te bekijken. Deze ervaring, die twee dagen per week beschikbaar is, heeft tussen september 2022 en maart 2023 al 659 bezoekers verleid. Voortbouwend op dit succes heeft Bart drie nieuwe collega's met een visuele beperking opgeleid om bezoekers uit te nodigen de wereld van een kunstwerk te verkennen vanuit een nieuw en onverwacht rijk perspectief.

"Tijdens het beschrijven van het schilderij zag ik nieuwe dingen die ik anders niet had gezien. Het was echt bevrijdend."

— Dorien, deelnemer van het testpubliek 'De Schoonste Honderd'

"Het was een fascinerende ervaring. Ik vond de uitnodiging om een werk zo te beschrijven dat een niet-ziende zich het beeld toch kan voorstellen bijzonder, uitdagend en verrijkend. Het gaf me ook een veilig gevoel dat er geen voorafgaande kunsthistorische kennis van me werd verlangd."

—Patrick, deelnemer van het testpubliek 'De Schoonste Honderd'

Strijken in de tijd van Rik Wouters en nu - Multimedia is overal

Twee schermen voor Rik Wouters' *Strijkende vrouw* (1912) nodigen het publiek uit om het schilderij vanuit verschillende perspectieven te bekijken: bijvoorbeeld door video-interviews te bekijken van twee jonge jongens, een conservator en een dame die in een strijkatelier werkt. Het scherm nodigt ook uit om met het beeld te spelen: je kunt de lichtinval, de vorm of de kleur veranderen. Een duik in de meesterwerken via deze digitale schermen spreekt veel bezoekers aan. In een ander deel van het museum kunnen bezoekers via virtual reality een schildersatelier van een oude meester binnen stappen en in een grote immersieve ruimte ontdekken ze groot-schalige projecties met verrassende details uit kunstwerken.



Entertainment

People do like to let themselves go occasionally. Some painters specialized in scenes of unrestrained behaviour. Men and women rolling on the floor fighting, or enjoying a drink or two or perhaps each other. Such scenes showed decorous citizens what they were not supposed to do.

As well as painters of history pieces, there were painters of alehouse scenes, brothel scenes and colourful festive scenes. These representations also drew the interest of rich bourgeois ladies and gentlemen. Though they may have been lacking in restraint, too, they had to condemn that sort of behaviour. The paintings serve as an example. You can read them as lessons in wisdom, moderation or love. But secretly, citizens would also steal a laugh at them. Rather like today's brazen reality television.

Last but not least: lachen en genieten van ongewone settings mag

De werken van de collectie worden niet in chronologische volgorde gepresenteerd. Ze zijn gegroepeerd per thema. Korte begrijpelijke teksten geven uitleg bij de werken. En waarom eens niet een schilderij waarop dronken mensen enigszins zijdelings zijn afgebeeld scheef ophangen? Maar wat als een bezoeker het schilderij aanraakt en het weer recht wil hangen? Het is het risico waard, al was het maar voor de glimlach van de geamuseerde bezoekers.

Creativiteit om van te genieten

Elke bezoeker wordt uitgenodigd om artistiek aan de slag te gaan in het museum: door gebruik te maken van het tekenmateriaal dat overal in het museum ter beschikking wordt gesteld of door deel te nemen aan het Open Atelier dat voor iedereen toegankelijk is. In dit laatste word je uitgenodigd om je eigen collages te maken en de magie van kleuren en vormen of het belang van bewegingen te ontdekken. Een ateliergids is steeds beschikbaar om een verband te leggen tussen je creatie en werken uit de collectie van het museum.

Conclusie

“Wat fijn om als ouder van een kind met een visuele beperking nu eens niet het gevoel te hebben dat we terugkomen van een kale reis. We hebben veel musea, dierentuinen en andere attracties bezocht waar ze weinig tot niets zag omdat ‘de voorwerpen’ te ver weg waren of in slecht verlichte ruimtes stonden. Je speelt niet alleen met licht en donker, maar ook met kleur, geluid, texturen en structuren.”
— Lisa, via Instagram.

In tijden van zorg voor de toekomst van de wereld, dank aan dit ‘mooiste museum’ om te streven naar een zo divers mogelijk publieksbereik, ervoor te zorgen dat elke bezoeker het gevoel krijgt welkom te zijn en ons een werkelijk inspirerende dag te bieden. Onze ervaring heeft bevestigd dat het KMSKA ‘meer is dan een vitrine voor kunst’: een plaats vol magie waar het aan ons is om te komen en ons vermogen tot verwondering te cultiveren.

Verslag discussietafel Diversiteit

Diversiteit in het museum is een zaak van iedereen!

De discussie begon met een voorstelling van het diversiteitsbeleid van het museum door Sophie Verbeke en Dennis Marien, publieksmedewerkers van het KMSKA. Tijdens de sluiting van het KMSKA werd een werkgroep opgericht met vertegenwoordigers van de verschillende afdelingen van het museum om een gemeenschappelijke strategie te ontwikkelen rond diversiteit, toegankelijkheid en inclusie.

Het uitgangspunt was om de verschillende bestaande initiatieven te inventariseren en gemeenschappelijke doelstellingen te bepalen. Op basis van een begroting werd vervolgens een actieplan ontwikkeld - geïntegreerd in het algemene strategische plan van het museum - gericht op het stellen van prioriteiten.

Discussie en belangrijkste ideeën van de deelnemers

De discussie bracht de deelnemers (een Franstalige en een Nederlandstalige groep) ertoe hun gedachten/aanbevelingen over het stimuleren van diversiteit in een museum te delen.

Neem het risico om de lijnen van het klassieke institutionele kader te verleggen

Diversiteit begint in het museum zelf. Dat betekent dat er in de museuminstelling eerlijke hiërarchische verhoudingen moeten worden ontwikkeld. De mensen die belast zijn met bemiddeling, publiek of relaties met de museumgemeenschap (community builders) worden nog te vaak niet erkend of zijn alleen aan het eind van de rit betrokken.

Als we ons publiek willen verbreden en plaats willen bieden aan nieuwe initiatieven, moeten we ook macht geven aan mensen die dat tot nu toe niet hadden.

Luister naar het publiek

Wees nederig: "Wij zijn niet de bezoekers", veronderstel niet zomaar wat een bezoeker wil maar ga in overleg, test, co-creëer en hou rekening met de aanbevelingen van verschillende doelgroepen.

Zorg voor een warm onthaal

Een warm en persoonlijk onthaal is cruciaal. Dat omvat specifieke ondersteuning voor mensen die minder vertrouwd zijn met het museum of die toegankelijkheidsproblemen hebben.

Differentieer in aanpak

Geef voorrang aan:

- een breder scala aan profielen/vaardigheden voor bemiddelaars: opleiding, bredere aanwerving van minderheidsgroepen, betere integratie in het vaste team van het museum, ... ;
- een inclusief en gediversifieerd discours: niet ten koste van alles uitgaan van het object, de belangstelling van de bezoeker als uitgangspunt, ... ;
- ruimere openingstijden: nachtelijke evenementen met speciale programmering, ... ;
- gevarieerd gebruik van het museum: een ruimte waar mensen zich goed voelen, een ontmoetingsplaats en sociale mix, ... ;
- gratis toegang, prijzen aangepast aan de noden van de bezoekers
- meerdere programma's en activiteiten: interdisciplinair, co-creatief, participatief, multi-sensorisch, ... ;
- ontmoetingen bij een drankje of een maaltijd om een gemeenschapsgevoel te creëren.



Verlag discussietafel Familie- programma's

An Van Hertum, verantwoordelijke voor families in het team publiekswerking van het KMSKA, licht toe dat het museum een keuze maakte voor een parcours met grote objecten op zaal, specifiek voor families met kinderen van 6 tot 12 jaar. Deze keuze is gedurfd, omdat de objecten veel en expliciet ruimte innemen en heel aanwezig zijn voor iedereen. Het parcours kreeg de naam 'De 10'.

De objecten zijn ontworpen door Belgisch kunstenaar Christophe Coppens. De installaties zijn uitvergrotingen van opmerkelijke, leuke of bizarre details op schilderijen. De kinderen kunnen op zoek gaan naar de schilderijen in kwestie. Het museum koos samen met de kunstenaar tien details uit om verder uit te werken. Bijbehorend bij het parcours werd een (gratis) boekje gemaakt, met illustraties van Coppens. Er staan vrij veel witte pagina's in het boekje, omdat het museum kinderen echt wil stimuleren om te kijken en te tekenen.

Belangrijke aandachtspunten voor het museum bij de ontwikkeling van dit familie-parcours waren:

Draagvlak

Er is draagvlak nodig bij de collega's. Daartoe werd een werkgroep opgericht, met medewerkers van verschillende afdelingen. Iedereen werd mee aan tafel gevraagd om samen met Christophe Coppens de installaties voor te bereiden. Via lunchpresentaties werden nog meer collega's betrokken, opdat ze mee ambassadeurs van het project zouden worden. Maar er was ook draagvlak nodig bij het (toekomstig) publiek. Het museum testte daarom uitvoerig met het testpanel van De Schoonste Honderd.

Kwaliteit

Naast altaarstukken van Rubens had het museum objecten nodig die deze positie kunnen dragen. Vandaar de keuze om met Christophe Coppens samen te werken. Hij heeft veel ervaring met tactiele objecten en stoffen, heeft een opleiding als theatermaker, regisseerde een opera in De Munt ... Hij maakte de oefening om materialen en kleuren evenwichtig in de zaal te brengen, en om de objecten ondanks hun grootte toch ook te doen verdwijnen in de ruimte. Coppens creëerde de installaties in samenwerking met het atelier van de Muntschouwburg in Brussel omdat er enorm veel vakmanschap aanwezig is.

De installaties zijn permanent op zaal aanwezig voor de komende vijf jaar. Vijf ervan bevinden zich in het oude museum, en vijf in het nieuwe museum. Als er collectiewissels zijn, zullen er replica's worden geplaatst op zaal.

Besluit

Concluderend werd in deze groep het volgende benadrukt omtrent de ontwikkeling van familieprogramma's in musea:

- Familieprogramma's kunnen maar succesvol zijn als ze gedragen worden door de directie, én door alle afdelingen en medewerkers van het museum.
- Ook baliemedewerkers en erfgoedbewakers hebben een cruciale rol in het verwelkomen van families, dus is het belangrijk om ook hen te betrekken, van opleiding en informatie te voorzien, en om met hen in gesprek te gaan om samen oplossingen te zoeken.
- Samenwerking met externe partners kan een vernieuwde, frisse blik geven.
- Samenwerking/cocreatie met kinderen heeft een duidelijke meerwaarde bij het ontwikkelen van specifieke tools zoals audiotours voor families.
- Testen is cruciaal om tot een succesvol aanbod te komen.
- Voorzie programma's of een aanbod waar families zelf mee aan de slag kunnen, zodat niet altijd een begeleider nodig is, want musea moeten niet alleen rekening houden met draagvlak maar ook met draagkracht.



Verslag discussietafel Multimedia

Veerle De Meester, manager tentoonstellingen in het KMSKA, verduidelijkt de keuzes die het museum maakte in het proces naar de ontwikkeling van multimedia op zaal. Het museum zette twee principes centraal:

- digitale toepassingen moeten een duidelijke meerwaarde hebben voor de bezoeker en dragen zo bij tot de beleving;
- de collectie/inhoud vormt steeds het vertrekpunt in alle digitale toepassingen. Bij de ontwikkeling hield het museum vier persona's voor ogen: de liefhebber, de 'young parent', de urbanista en het kind.

Volgende toepassingen werden voor hen ontworpen:

VR

In de VR-ruimte toont het museum via de brillen een prent van hoe het schilderaatelier van Rubens er in zijn tijd zou hebben uitgezien. Het museum richt zich met deze toepassing op gezinnen en jongeren, maar het werkt voor alle bezoekers. De VR-brillen vragen regelmatige controle van de onthaalmedewerker die alles iedere ochtend nakijkt. Het materiaal lijdt wel degelijk onder het intensief gebruik ervan. Als er technische problemen zijn, doet het museum ook deels een beroep op externe expertise.

Immersieve belevingsruimte

Deze ruimte biedt een bewegende projectie van vier bijzondere details uit schilderijen op de muren van de zaal. Er is een bijbehorende soundscape. Voor bezoekers is het een manier om beter te kijken naar details; maar deze zaal wordt ook als een rustpunt in het parcours ervaren. De toepassing werd gekozen met gezinnen voor ogen, maar ook hier lijken alle bezoekers van de ruimte te genieten. Bij de technische productie en uitvoering zijn veel verschillende partijen betrokken, dus opvolging vraagt in die zin veel aandacht.

Verdiepende schermen op zaal

Deze schermen zijn bedacht voor de liefhebbers die meer informatie willen over een werk; maar uiteindelijk kan elke doelgroep ermee aan de slag. Dankzij de vier kleurenknoppen komt de bezoeker telkens bij een ander soort info terecht. De rode knop leidt naar inhoudelijke informatie, de blauwe knop geeft informatie die Google ons niet kan vertellen (dus meer diepgaand), de gele knop geeft een stem aan verschillende personen en dus perspectieven die vertellen over het werk (want voor een breder publiek moet je een breedheid aan stemmen bieden), en de groene knop leidt naar een spelletje of animatie.

App

De app biedt verschillende tours aan, teksten in meerdere talen, audiofragmenten enzovoort. Bezoekers kunnen ook hun favoriete werken aanduiden in de app. Het museum merkt dat niet alle bezoekers evengoed met de app overweg kunnen. Het is niet zo dat men het museum niet kan bezoeken als men de app niet gebruikt, ze biedt vooral extra's. Bezoekers die niet over een eigen device beschikken, kunnen een toestel ontlenen, maar het museum promoot dit niet echt actief omdat het veel extra handelingen voor het onthaal betekent. Het KMSKA kan zelf zaken toevoegen en veranderen in de app. Alle teksten werden ook door interne medewerkers geschreven. Het museum maakte vooraf een vergelijkende studie van apps om zo zelf betere keuzes te kunnen maken. Het plan is om op termijn de app te evalueren bij bezoekers.

Daarnaast ontwikkelde het museum ook nog mutoscopen (een 19e-eeuws toestel in een digitaal jasje, gemaakt in samenwerking met een afdeling houtbewerking van een BSO-school in Antwerpen), een schenkersscherm aan het onthaal (dat zichtbaarheid geeft aan belangrijke schenkers voor het museum), en Ensorschermen (waarop ontzettend veel informatie, over het onderzoek dat het museum voert, is terug te vinden).

Het museum werkte voor de ontwikkeling van de multimedia op zaal samen met productiehuis De Chinezen; en de app werd gemaakt door de ontwikkelaar van de website van het KMSKA. Alles werd uitvoerig getest door het testpanel van De Schoonste Honderd.

Besluit

Concluderend werd in deze groep het volgende benadrukt omtrent de ontwikkeling van digitale toepassingen in musea:

- Een sterke visie en digitale strategie, gesteund door de directie, zijn nodig.
- Breng verschillende afdelingen en partners samen: verschillende blikken maken de toepassing alleen maar beter, maar zo creëer je gaandeweg ook (intern) draagvlak.
- Onderhoud verdient veel aandacht, want uiteraard staan of vallen de toepassing en bij hun operationaliteit.



Verlag discussietafel Toegankelijkheid

Case KMSKA: Toegankelijke taal

An Sijsmans, medewerker publiekswerking bij het KMSKA, licht toe dat de zaalteksten van het museum het resultaat zijn van een samenwerking tussen verschillende afdelingen: collectieonderzoek en publiekswerking. Er werd gekozen voor korte en krachtige museumteksten (max. 60 woorden voor objectteksten, max. 120 woorden voor zaalteksten). De doelgroep die voor ogen werd gehouden was de recreant: +13 jaar, geen kenner, een passant, een niet-gespecialiseerde bezoeker. Kortom: het brede publiek. Inspiratie vonden ze in een boekje uitgegeven door het Rijksmuseum. (Marleen van Soest en Annemarie Vels Heijn, Kort en krachtig – 50 tips voor goede museumteksten).

Naast deze korte museumteksten biedt het museum ook tours aan in de museumapp. De Hoogtepuntentour gaat bijvoorbeeld dieper in op 25 werken. Wil je meer, dan is er ook een uitgebreidere tour. Beide tours zijn inclusief: geschikt voor zowel ziende als niet-ziende bezoekers, zodat ze samen over hun bezoek kunnen praten. De audiofragmenten werden net zoals de zaalteksten beknopt gehouden (max. 2 minuten). Ze vertrekken van een korte beschrijving waar wat context aan toegevoegd wordt, zodat het ook voor de begeleider interessant blijft. Je kan in het menu van de app bij de talen ook kiezen voor Vlaamse Gebarentaal of International Sign Language. Tijdens een gesprek met de dovengemeenschap in Antwerpen bleken zij voorstander van video's in gebarentaal op hun eigen smartphone.

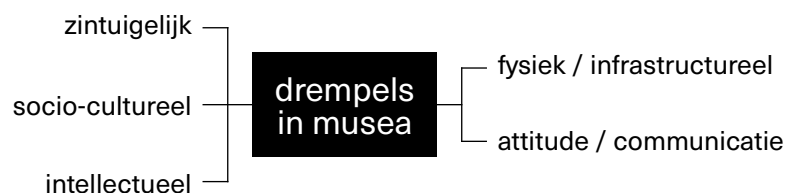
Net zoals voor de andere vormen van publieksbegeleiding is er nog geen bevestiging uitgevoerd over de app en is het nog wat vroeg voor feedback. Dit wordt in een latere fase voorzien.

De samenwerking tussen het team publiekswerking en de rest van het museum sprak tot de verbeelding bij de andere deelnemers van de workshop. Dat is niet in alle musea zo en wordt als heel positief ervaren.

Toegankelijkheid: een breed begrip

In een tweede deel van de discussietafel werd gekeken naar mogelijke drempels in musea voor bepaalde doelgroepen. Aan de hand van onderstaand schema (M Leuven) werden de verschillende drempels onder de loep genomen en besproken.

Ervaringen over deze drempels werden uitgewisseld en een aantal zaken waren herkenbaar voor veel musea. De deelnemers beaamden dat regelmatige vormingen voor de medewerkers onontbeerlijk zijn. Vooral i.v.m. het onthaal van bezoekers met speciale noden en de voorstelling van het aanbod dat voor hen ontwikkeld wordt. Niet enkel balie-medewerkers, maar ook gidsen, erfgoedbewakers, vrijwilligers en alle andere medewerkers hebben nood aan vorming.



Besluit

Op basis van de interessante voorbeelden en gesprekken kwam de groep tot drie aanbevelingen.

1. Inclusief werken loont voor iedereen

Aanpassingen aan teksten en andere bemiddelingstools moeten voor iedereen bruikbaar zijn. Een duidelijke signalisatie is handig voor iedereen, rustige/prikkelarme momenten kunnen voor diverse doelgroepen interessant zijn. Daarom is het belangrijk om te vertrekken vanuit een specifieke doelgroep en van daaruit te werken.

2. Aandacht voor toegankelijkheid is een gedeelde verantwoordelijkheid

Toegankelijkheid moet gedragen zijn door het ganse museum, het is niet enkel iets dat publiekswerking moet oplossen. Een charter kan daarbij helpen. Het is een gedeelde verantwoordelijkheid van alle collega's.

3. Het belang van opleiding

Opleidingen rond toegankelijkheid en onthaal zijn belangrijk voor al het personeel. Zo kan men gedragenheid creëren. Doe voor deze opleidingen ook zeker een beroep op specialisten.



Colofon

Teksten:

Ilse Depré (ICOM Belgium Flanders), Nicole Gesché Koning (ICOM CECA), Sofie Legon (vrijwilliger KMSKA), Dennis Marien (KMSKA), Stéphanie Masuy (ICOM CECA Belgium), An Sijsmans (KMSKA), Tess Altena (stagiaire KMSKA), Hildegarde Van Genechten (FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed) en Sofie Vermeiren (ICOM CECA Belgium)

Coördinatie publicatie:

Stéphanie Masuy en Sofie Vermeiren,
Nationale correspondenten voor ICOM CECA Belgium

Eindredactie:

Birgit Geudens en Annemie Vanthienen
(FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed)

Foto's:

Cover: CECA netwerkmoment 2023, foto Ilse Depré
p. 2, 9, 21, 25, 29: CECA netwerkmoment 2023, foto's Ilse Depré
p. 11, 12: Zaalzichten KMSKA, foto's Nicole Gesché-Koning
p.17: Onthaalmedewerkers KMSKA, foto Sanne De Block
p. 25: Zaalzicht KMSKA, foto Sanne De Block
p. 29: Radio Bart, foto Sanne De Block

Vormgeving:

Wout Neiryck

V.U. :

ICOM Belgium



ICOM CECA

ceca.mini.icom.museum