



■ FAMILIEVRIENDELIJK ERFGOED

COLOFON

Auteur

Hildegarde Van Genechten (ed.)

Verantwoordelijke uitgever

Marc Jacobs, FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw, Priemstraat 51, 1000 Brussel

Wettelijk Depot

D/2016/11.524/7

Brussel, januari 2016



De Creative Commons Naamsvermelding-Niet-commercieel-Geen Afgeleide werken 2.0 België Licentie is van toepassing op dit werk.

Ga naar <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/be/> om deze licentie te bekijken.

| | |
|--|----|
| CULTUREEL ERFGOED EN FAMILIES | 4 |
| 'T ZIT IN DE FAMILIE: CULTUREEL ERFGOED VANUIT GEZINSPERSPECTIEF | 6 |
| Gezinnen troef..... | 6 |
| Kinderen baas!..... | 8 |
| Ouders aan zet..... | 12 |
| Meer lezen | 14 |
| Websites..... | 15 |
| KROKUSKRIEBELS | 16 |
| Krokuskriebels editie 2016 | |
| Krokuskriebels editie 2014 | |
| Krokuskriebels editie 2012 | |
| Krokuskriebels editie 2010 | |
| Krokuskriebels editie 2008 | |

CULTUREEL ERFGOED EN FAMILIES

Werken voor én met ouders, kinderen, gezinnen: het is een taak die inmiddels vele culturele instellingen ter harte nemen. Door kinderen en volwassenen in contact te brengen en te laten kennismaken met culturele uitingen groeit het zelfbewustzijn over de eigen plaats in de wereld.

In dit korte overzicht bundelen we enkele zaken die u bij het werken voor en met gezinnen of families inspiratie kunnen bieden.

Hebt u suggesties of vragen, neem dan contact op met hildegarde.vangenechten@faro.be.

FARO-PUBLICATIES



Kunstmusea. Ook voor de allerkleinsten

www.faronet.be/e-documenten/kunstmusea-ook-voor-de-allerkleinsten

Dit manifest stipt op een beknopte manier de eigenaardigheden van de allerkleinsten aan. Maar belangrijker nog reikt het heel wat argumenten aan om anderen (binnen of buiten het eigen huis) te overtuigen om eveneens de allerkleinsten te verwelkomen.



All in: cultureel erfgoed voor het hele gezin

www.faronet.be/publicaties/all-in-cultureel-erfgoed-voor-het-hele-gezin

Deze brochure richt zich tot erfgoedorganisaties en wil hen bijzonder warm maken om meer aandacht te besteden aan een gezinsvriendelijke erfgoedwerking. De brochure reikt hiertoe een aantal handvatten en praktische tips aan.



't Zit in de familie: cultureel erfgoed vanuit gezinsperspectief

www.faronet.be/e-documenten/t-zit-in-de-familie-cultureel-erfgoed-vanuit-gezinsperspectief

't Zit in de familie is het vervolg op *All in*. Met 't Zit in de familie willen we nieuwe en andere accenten leggen. Onze doelstelling blijft onveranderd: we willen erfgoedorganisaties sensibiliseren en stimuleren om te werken voor en met gezinnen. Omdat gezinnen het waard zijn!

ACTIES

- ▶ **Krokuskriebels** is een tweemaaljaarlijks evenement in musea, georganiseerd door Gezinsbond, in samenwerking met FARO: www.krokuskriebels.be
- ▶ **Vlieg** promoot culturele activiteiten voor families: www.cultuurnet.be/nl/project/vlieg
- ▶ **Supervlieg** promoot plaatselijke culturele familiefestivals: www.uitmetvlieg.be/supervlieg
- ▶ **Erfgoeddag** plaatst gezinsvriendelijke activiteiten in de kijker tijdens de jaarlijkse Erfgoeddag: www.faronet.be/erfgoeddag

NETWERKEN EN ORGANISATIES

- ▶ Vitamine C – een netwerk van professionals rondom cultuureducatie in de vrije tijd: www.bruismee.be
- ▶ Kind en Samenleving – verricht onderzoek over de kindvriendelijke samenleving: www.k-s.be
- ▶ Kind en Gezin – instelling voor hulp en advies over welzijn van kinderen: www.kindengezin.be

INSPIRATIE UIT HET BUITENLAND

- ▶ Kids in Museums: www.kidsinmuseums.org.uk
- ▶ Family Learning Festival: www.campaign-for-learning.org.uk/cfl/flf
- ▶ Familiemusea: www.familiemusea.tumblr.com/

'T ZIT IN DE FAMILIE: CULTUREEL ERFGOED VANUIT GEZINSPERSPECTIEF

Aanvullend dossier website FARO dd. 2012-2015

FARO publiceerde in 2011 de brochure *'t Zit in de familie: cultureel erfgoed vanuit gezinsperspectief*, en lanceerde destijds aanvullend een dossier op de website. In dit hoofdstuk kunt u het dossier van toen er opnieuw op nakijken.



Krokusriebels 2010 in het Sportimonium

Werken met ouders, kinderen, gezinnen: het is een taak die inmiddels door vele culturele instellingen ter harte wordt genomen. Kinderen en volwassenen in contact brengen, laten kennismaken met en laten proeven van culturele uitingen ... Hierdoor groeit het zelfbewustzijn over de eigen plaats in de wereld.

Voor cultureel-erfgoedinstellingen is het werken voor en met gezinnen echter dubbel interessant. Door jong en oud via interactieve methodieken ervaringen en ideeën te laten uitwisselen, krijgt het cultureel erfgoed extra betekenis. Wie kan terugkijken op een (eigen) verleden, kan vanuit een dergelijke achteruitkijkspiegel veel inbrengen. En door de inbreng van kinderen te stimuleren, krijgt erf-

goed vanzelf een hedendaagse invulling. Hoe gaan kinderen er vandaag de dag mee om, wat betekent het voor hen, of net niet? Breng deze verschillende perspectieven van jong en oud samen, en dan – dat geven we u op een briefje – wordt het pas echt interessant!

In dit dossier bundelen we allerhande materiaal, dat u in uw werking voor en met gezinnen kan ondersteunen. U vindt hier aanvullende informatie bij de brochure *'t Zit in de familie*, maar ook verwijzingen naar andere documenten, voorbeelden, leestips, enz. Voor een optimale leesbaarheid van dit dossier raden we u aan om de brochure *'t Zit in de familie* bij de hand te nemen. In de brochure worden de verwijzingen naar dit dossier aangegeven met een opvallende rode pijl.

www.faronet.be/e-documenten/t-zit-in-de-familie-cultureel-erfgoed-vanuit-gezinsperspectief

Hebt u suggesties of vragen omtrent dit dossier, neem dan contact op met hildegard.vangenechten@faro.be.

GEZINNEN TROEF

Het gezin is een informele leeromgeving

Kinderen en ouders moeten samen de gelegenheid krijgen om de wereld te kunnen ervaren. Dit vormt een essentieel onderdeel in de ontwikkeling van zowel kinderen als ouders. Dit soort 'leren' hoeft beslist niet noodzakelijk in de context van een klaslokaal te gebeuren. Het kennismaken met 'echte' situaties en authentieke materialen biedt hierbij gegarandeerd een meerwaarde (zie www.lotc.org.uk). Een dergelijke manier van ervaringsgericht leren kan de houding van kinderen ten aanzien van 'leren' veranderen, creativiteit stimuleren, meer betrokkenheid bij het leren opwekken, motivatie aanjagen ... En vooral: men leert door te spelen of door te ervaren. Niet omdat men wordt 'onderwezen'.



De Wereld van Kina, Gent

maar beïnvloedt ook de ontwikkeling van gedeelde waarden en normen. En vooral zorgt u voor meer inlevingsvermogen en begrip tussen klein en groot, ook tussen mensen met diverse achtergronden of verschillende leefwerelden. Bijkomend voordeel is dat u ouderen op een actieve manier betreft: zij hebben immers veel bij te dragen (kennis, ervaring, ideeën, levenswijsheid ...).

Kortom, intergenerationeel werken geeft betrokkenen kansen om levenslang te leren van en met elkaar. Een levenslang leren waarin leren en praktijk zeer dicht bij elkaar staan. Leren door de ontmoeting, leren door de actie, leren door elkaar ...

Hoe kunt u dan voor een aanbod zorgen waardoor jong en oud van elkaar gaan leren? Volgende criteria zijn van belang:

- ▶ Verschillende generaties zijn actief aan de slag (doen, creëren, construeren). Dit is dus níét gewoon bij elkaar, samen zijn (passief) of in één ruimte zijn.
- ▶ Interactie ligt aan de basis van de activiteiten (dit is dus een procesgerichte aanpak; 'groepswork' resulteert in de ontwikkeling van individuele competenties).
- ▶ De kennis, ideeën en ervaringen van álle betrokkenen worden ingebracht (een gelijke inbreng van iedereen).
- ▶ Ieders inbreng wordt gewaardeerd (niemand is fout of juist; ieder perspectief is waardevol).
- ▶ Het vindt plaats in beperkte groep, zodat mensen met en van elkaar kunnen leren.

Deze criteria lijken misschien open deuren. Maar toets uw activiteiten een keer af. Zijn ze allemaal van toepassing?

Enkele voorbeelden om te verduidelijken wat we bedoelen:

- ▶ Een World Café is zodanig opgezet dat iedereen rond de tafel een inbreng heeft (zie www.theworldcafe.com). World Cafés zijn altijd open uitnodigingen: u hoeft geen bepaalde voor kennis te hebben om deel te nemen. Mensen van verschillende leeftijden, met diverse achtergronden ... kunnen allemaal een gelijke inbreng hebben.
- ▶ De volkssportentuin in het Sportimonium moedigt – op een weliswaar andere manier – de actieve deelname en inbreng van jong en oud aan (www.sportimonium.be).
- ▶ De identificatiekamer van het Huis van Alijn stimuleert alle bezoekers eveneens om mogelijke ideeën te delen met elkaar (www.huisvanalijn.be).
- ▶ Ook het Klompenmuseum te Laakdal wil alle ervaring en kennis van Sam Mondelaers, de oudste klompenmaker van ons land, niet verloren laten gaan. Sam Mondelaers leidt jonge klompenmakers

op én demonstreert de klompenmakersstiel nog wekelijks aan jong en oud. (zie www.faronet.be/blogs/gregory-vercauteren/oudste-klompenmaker-van-belgie-geeft-les-of-hoe-intergenerationeel-erfgoed)

Heel wat immaterieel cultureel-erfgoedpraktijken (zie www.immaterieelerfgoed.be/Browse/wat) zijn in wezen intergenerationeel omdat ze worden beleefd of gemaakt door jong en oud samen. Zo blijft het voortbestaan ervan gegarandeerd. Denk aan processies, stoeten en corso's, of aan heel wat andere (culinaire) feestelijke tradities.

Meer lezen over intergenerationeel werken in de culturele sector:

G. VERSCHULDEN, H. VAN EWIJK, *Cultuur beleven tussen generaties*, lezing conferentie Cultureel Verdrag Vlaanderen-Nederland, december 2008. Zie <http://hdl.handle.net/1854/LU-1197334>

KINDEREN BAAS!

Wat zijn de noden en wensen van kinderen?

Kinderen hebben een veilige en comfortabele omgeving nodig. Maak deze ook zo aantrekkelijk mogelijk en experimenteer volop met kleur en vorm. Kinderen zullen zich daardoor beter op hun gemak voelen. In de brochure *All In: cultureel erfgoed voor het hele gezin* vindt u tal van aandachtspunten over de inrichting van uw gebouw.

Ook het manifest van Kids in Museums, een 'beweging' in Engeland voor meer aandacht voor kinderen en gezinnen in musea, is een bijzonder interessante bron. We hadden het genoeg Dea Birkett te kunnen interviewen voor *faro | tijdschrift over cultureel erfgoed*. Het artikel kunt u online ophalen en lezen.

Kinderen waarderen vooral:

- ▶ vestiaire voor kinderjasjes
- ▶ parking voor hun fietsje
- ▶ toilet op de juiste hoogte of opstapje
- ▶ een aangepaste toiletbril – waar ze niet doorvallen :o)
- ▶ een wastafel waardoor ze gemakkelijk bij de kraan en zeep kunnen
- ▶ bewegwijzering die ze goed zien hangen, en die ze begrijpen
- ▶ gezinsvriendelijke bewegwijzering (aanduiding lift, plattegrond ...)
- ▶ afzonderlijke (speel)ruimte (buitenruimte, of binnenruimte waar ze kunnen rennen/lawaai maken ...)
- ▶ tentoonstellingen waarbij ze alles goed kunnen zien (op gepaste hoogte of opstapje beschikbaar)
- ▶ toegankelijke ingangen met hellend vlak voor de buggy of kinderwagen, en liefst geen gevaarlijke draaideur
- ▶ zware deuren staan open, of er staat iemand van het personeel die de deur voor hen opent
- ▶ een trapleuning op kinderhoogte
- ▶ genoeg licht zodat ze nergens tegenaan lopen en ze niet bang hoeven te zijn
- ▶ een kinderstoel in de cafetaria
- ▶ kindvriendelijk meubilair (tafeltjes, stoeltjes, kussens, vloermatten): handig en leuk
- ▶ een veilige speelruimte
- ▶ propere speeltuigen, speeltjes, papier en tekengerief, boeken
- ▶ een 'kindvriendelijke' balie, d.w.z. op kinderhoogte. Zo kunnen ze bij de balie, de uitleg horen en zelf vragen stellen

Leg bij de activiteit ook aan kinderen uit wat de (leer)doelstellingen zijn. Moedig ze ook aan om met andere families ervaringen uit te wisselen.

Leeftijdsgerelateerde behoeften en activiteiten

Uitgebreide informatie over de ontwikkelingspsychologie van kinderen vindt u in de boekenreeks van Rita Kohnstamm. Ook op de site van Ouders online is veel informatie beschikbaar. Zij noemen zichzelf “de grootste ouders-community van Nederland”.

Een ander handig en vlot toegankelijk boek is:

H. MARX, G. MARX, J. PLUUT, *Kijk, vergelijk en verrijk: de ontwikkeling van je kind van 0 tot 12 jaar*. Utrecht, Spectrum, 2008. In dit boek vonden we heel wat leeftijdsgerichte ideeën.



Tate Modern, Londen

-6 jaar

Tijdens het eerste anderhalve levensjaar hebben kinderen nood aan een rijke en tezelfdertijd afgebakende speelomgeving met veel prikkels, speelgoed en speeltjes die hen aanzetten om te kijken, luisteren, proeven, ruiken, voelen, grijpen, kruipen ... Speelgoed en speeltjes met verschillende kleuren, vormen, klanken, materialen zijn dus uitermate geschikt.

Wat u met de allerjongsten kan doen: blokken stapelen, kijken in de spiegel, iets in een doosje steken en er weer uit halen, dieren aanwijzen in een boekje, rijmen, zingen, een bal laten rollen ... Naarmate het kind ouder wordt, kan het aandachtiger boeken bekijken, maar ook puzzelen, naar poppenspel kijken, dingen op een rij zetten, kleuren herkennen, tot tien tellen, springen, dansen, letters natekenen, tegen een bal trappen, dingen stapelen of vullen. Kinderen gaan van dan af ook zichzelf en leeftijdsgenootjes ontdekken.

Vanaf de kleuterleeftijd ontwikkelen kinderen de competenties tot actief leren. Ze maken zich de taal eigen om te kunnen denken en om te kunnen communiceren. Tijdens de kleuterleeftijd worden tal van nieuwe woorden geleerd, ze leren tellen en hun omgeving kennen. Voor deze leeftijdsgroep is het vooral door te spelen dat ze leren! Of door dingen te dóén. Het komt er dus op aan in uw activiteiten zoveel mogelijk zintuiglijke ervaringen en doe-activiteiten te integreren. Denk aan koken, bouwen, verkleeden, mengen, wegen, kijken naar vormen, texturen en kleuren, tellen, sorteren. Ook beweging is erg belangrijk. Kleuters raken graag dingen aan. Overweeg of u objecten ter beschikking kunt stellen om aan te raken, of replica's, of an-

dere uitnodigende materialen ... Variatie in het spel is broodnodig, want de spanningsboog van de aandacht van kleuters is zeer klein.

Een kleuter heeft bovendien nog geen bewustzijn van tijd. Het heeft bijvoorbeeld geen zin om te vragen welk voorwerp het oudst is. Op vijfjarige leeftijd beseffen kinderen wel dat er een tijd is geweest voor het 'nu', zoals de tijd dat ze nog een baby waren, of de tijd wanneer hun mama of papa nog kind waren. Deze leeftijdsgroep beseft dat de gebouwen, straten ... er toen anders uitzagen. Situeer uw verhaal 'heel heel lang geleden, toen oma en opa nog niet geboren waren'. Uiteraard zijn jaartallen nog veel te abstract voor hen.

Sociaal gezien voelt een vierjarig kind zich doorgaans op zijn gemak in het gezelschap van een bekende en onbekende (bv. begeleider) volwassene. Kinderen kunnen vanaf 4,5 jaar ook samenwerken met andere kinderen van diezelfde leeftijd, om bijvoorbeeld samen op zoek te gaan naar puzzelstukken.

Als begeleider hoeft u kinderen ook niet altijd expliciet te zeggen wat ze kunnen doen. U kunt zelf gewoon starten met iets, schilderen bijvoorbeeld, en kinderen zullen er al snel bij komen zitten en meedoen. Leg alles al doende uit: laat kleuters het spel uitproberen tijdens de uitleg. Ook mama's en papa's zijn geschikte partners om een spel of opdracht met succes te introduceren bij kleuters. Betrek hen als eerste. Want als de ouders meedoen, is de drempel voor kleuters meteen veel kleiner om te participeren. Neem zeker ook steeds de tijd om te bekijken wat kinderen hebben gemaakt of gepresteerd en om het te waarderen.

Kies in uw activiteiten voor opdrachten:

- ▶ die aansluiten bij voorbereidend lezen: rijmen in liedjes en gedichtjes, gelijke zaken herkennen (memory, domino ...), lettervormen herkennen, hoe een boek te hanteren (van links naar rechts ...), luisteren naar verhalen;
- ▶ die voorbereiden op rekenen: tellen (trappen, aantal voorwerpen in een vitrine ...), meten, schatten, getallen herkennen of zoeken;
- ▶ die de motoriek stimuleren: tekenen, schilderen, met verschillende penseeltjes en materialen werken, labyrint volgen ... Laat hen bijvoorbeeld op heel grote of op heel kleine schaal werken;
- ▶ die vormen leren kennen: mobielen maken, origami, boetsen, dikke/dunne lijnen trekken ...

Mogelijke kijkopdrachten en vragen bij een tentoonstelling:

- ▶ Ik zie, ik zie wat jij niet ziet ...
- ▶ Wat vind je het mooiste?
- ▶ Hoe zou het voelen als ...?
- ▶ Waar leidt deze weg naartoe?
- ▶ Zoek de verschillen tussen ...
- ▶ Hoeveel appels zie je?
- ▶ Welke dieren zie je?
- ▶ Kan je iets vinden dat klein en rood is?
- ▶ ...

Wees u ervan bewust dat een kleuter alles vanuit kikkerperspectief bekijkt: op een lcd-scherm dat te hoog hangt, kan een kleuter niet zien wat wordt getoond. Een spot op een schilderij kan het werk voor een kleuter ook 'onzichtbaar' maken. Een kleuter zal bovendien ook enkel die dingen zien die hij kent; wat hij niet kent zal hij effectief ook niet zien.

Bronnen en meer info:

- ▶ H. BLOMME, J. FOSSAERT, *Geen handjes op de vitrine ... of toch? Met kleuters naar het museum*. KATHO, Departement lerarenopleiding - PHO, academiejaar 2009-2010, p. 6. [eindproef]

- ▶ A. MILKERS, Kijken met de ogen van een kleuter. In: *Limburgs erfgoed*, september 2009, p. 3. [Verslag van de inspiratiedag voor museummedewerkers te Hasselt in het Stadmus, begeleid door Karel Moons van de Veerman, september 2009]

6-12 jaar



Krokuskriebels 2010 in het Sportimonium

Tijdens de lagere schooljaren verandert er veel voor een kind. We haalden in de brochure *'t Zit in de familie* al het belang van spel én van medezeggenschap aan. Daarnaast is de ontwikkeling van vriendschappen en zelfwaardering op deze leeftijd cruciaal. Het mythisch denken dat typerend is voor de kleuterleeftijd begint stilaan plaats te ruimen voor iets anders: kinderen willen dan wel degelijk weten of een verhaal juist is of niet. Op die manier verkennen ze de werkelijkheid. Heel vaak vertaalt dit zich in het verzamelen van bepaalde dingen of in een specifieke interesse (bv. spinnen, stenen, muziek ...).

In opdrachten voor kinderen tussen 6 en 12 kunt u hen zeker stimuleren tot het volgende: verschillende soorten sporten, handwerken (zoals breien of haken), rollenspel, gedetailleerd tekenen, plattegrond maken, meningen en ideeën formuleren, koken, toneelspelen, foto's maken, gezelschapsspellen, puzzelen, games, lezen, films bekijken ... In deze leeftijdscategorie spelen kinderen ook graag met anderen en in groepjes, of met twee (bv. met poppen of auto's) en zijn ze vaak actief in clubjes.

Een beter tijdsbegrip komt pas tot ontwikkeling vanaf de leeftijd van 10 jaar. Ze kunnen dan van een jaartal zeggen in welke eeuw het thuishoort en ze leren dan over de grote periodes uit de geschiedenis: over de prehistorie, de oudheid, de middeleeuwen, nieuwe tijden en onze tijd. Ze kunnen van dan af ook begrippen zoals een wijk, dorp, gemeente, stad, provincie en land in een juiste context gebruiken.

Met deze kinderen kunt u zeker ook werken rond allerlei vormen van immaterieel erfgoed, zoals de eigen familiegeschiedenis, mondelinge getuigenissen. Denk bv. aan het maken van een familieverhaal, een stamboom, het ophalen van herinneringen ... Wakker de interactie met volwassenen aan. Heel wat familieleden kunnen nog verhalen vertellen over vroeger, misschien uit de oorlogsperiode; of over hun militaire dienst, of over wat er zich thuis afspeelde ... Mogelijke activiteiten hierbij zijn: maak een tentoonstelling over het huwelijk van grootouders, schrijf een boek over de familie, maak een album met korte verhalen, tekeningen en foto's ...

U kunt verhalen het best losweken door te vertrekken van een bepaald object (bv. een werktuig of gebruiksvoorwerp van vroeger). Laat dat het startpunt zijn voor het verdere gesprek. Of u gebruikt (oude) verkleedkleden. Of nog, laat kinderen en volwassenen samen tekenen (teken een plaats van vroeger, uit uw geheugen). Werken met een verhaal biedt veel kansen om ook zelf als begeleider diverse inhouden aan te brengen. Als u als begeleider zelf verhalen vertelt, dan is dit zeker interessant als omkadering bij het tonen van objecten: het kan meteen een begrijpbare interpretatie geven voor groot en klein. Een verhaal blijft beter in het geheugen hangen dan een verzameling van losse feiten. Maar uiteraard is een verhaal altijd slechts één interpretatie van een geschiedenis. U kunt verhalen bijgevolg dus ook bewust inzetten om kinderen en volwassenen kennis te laten maken met verschillende perspectieven. Voor kinderen kan het bijvoorbeeld erg leerrijk zijn om het verhaal van de wolf en de drie biggetjes eens een keer vanuit het perspectief van de wolf te horen!

Het vertellen van verhalen maakt het verleden ook veel ‘menselijker’ en concreter. Zeker wanneer deze verhalen worden verteld op de plaats waar ze écht hebben plaatsgevonden (ook al is deze in de loop der tijden veranderd). Dat is een troef die meerdere erfgoedorganisaties met glans kunnen uitspelen. Verhalen vertellen is bovendien iets dat u gemakkelijk ‘op locatie’ kunt doen: u zou bijvoorbeeld naar scholen kunnen trekken.

Bronnen en meer info:

- ▶ S. DE MAERTELAERE, *Bruggen bouwen tussen erfgoed en onderwijs*, Arteveldehogeschool, januari 2009. [presentatie tijdens workshop van Erfgoedcel Waasland]
- ▶ M. ANDERSON, Using Stories to Enhance Historical Understanding. In: *Rethinking Learning: Museums and Young People. A Collection of Essays*. Edinburgh, MuseumsEtc, 2010, pp. 120-159.

ouders aan zet



Arabia Museum, Helsinki

Opgelet, vandaag de dag bestaan er meer gezinsvormen dan het traditionele gezin. Een vader getuigt vanuit zijn ervaring in een nieuw samengesteld gezin: “Toen de kinderen een knutselwerkje maakten voor hun grootouders, ging dat mee naar huis met de mama.” De grootouders van de (biologische) papa van de kinderen bleven dus in de kou staan. Geeft u na afloop iets mee met de kinderen voor de (groot) ouders, hou er dan rekening mee dat sommige kinderen misschien graag een veelvoud willen meenemen. Begin brieven of mails gericht aan ouders ook niet met ‘beste mama en papa’, maar liever met ‘beste ouder(s)’. Post u uitnodigingen voor gezinsactiviteiten geregeld via de boekentassen van kinderen op school? Zorg dat kinderen dan meerdere uitnodigingen in de boekentas kunnen meenemen, indien

ze dat wensen. Het is belangrijk dat u aangeeft iedere gezinsvorm te respecteren (samengestelde gezinnen, eenoudergezinnen, homogezinnen ...). 5,2 tot 7% van de gezinnen zijn nieuw samengestelde gezinnen, en 9,5 tot 10% van de kinderen leeft in een stiefgezin.

Een klassieke omschrijving van ‘het gezin’ is dus lang niet meer aan de orde. Wel kunnen we ervan uitgaan dat wanneer we voor en met gezinnen werken, in een gezin alle leden een band hebben met elkaar. Het is de plaats waar kinderen gevormd worden, waarden leren, bescherming krijgen en gewaardeerd worden om wie ze zijn.

Extra aandachtspunten om bij de begeleiding van ouders mee rekening te houden:

- ▶ Ouders moeten zich kunnen voorbereiden voor ze bij u over de drempel komen. Ouders willen weten aan welk soort activiteiten ze zich kunnen verwachten. Alle informatie die noodzakelijk is voorafgaand aan een bezoek, moeten ze dus via website of folder kunnen terugvinden: zowel praktische zaken over bereikbaarheid, onthaal, omkadering, maar ook alle inhoudelijke informatie over het aanbod en de activiteiten.
- ▶ Geef ouders suggesties wat ze na het bezoek nog met de kinderen kunnen doen. Wat kunnen ze bv. thuis gebruiken bij het aanleren of oefenen van alledaagse klusjes, zoals het klaarzetten van de tafel, borstelen, was opvouwen ...

- ▶ Betrek ook zeker de grootouders. Zij nemen heel vaak de zorg voor de kleinkinderen voor hun rekening. Organiseer bv. een aparte activiteit voor grootouders en hun kleinkinderen.
- ▶ Zorg dat ouders zich op hun gemak voelen. Als ze zich niet al te veel zorgen hoeven te maken dat hun kinderen brokken kunnen maken zullen de ouders zich ook sneller engageren in de activiteiten. Een reden te meer dus om kostbare en breekbare voorwerpen weg te nemen – of beter te beschermen.
- ▶ Verwacht u dat ouders bepaalde uitleg of instructies geven aan hun kinderen? Hou uw uitleg voor ouders dan ook zo beknopt en bondig mogelijk zodat ze dit snel kunnen doornemen.
- ▶ Maak duidelijk dat ze niet lang moéten blijven. Kinderen hebben een korte spanningsboog. Geef aan wat interessante mogelijkheden zijn bij een kort bezoek (door bv. favorieten van andere gezinnen weer te geven). Beter een kort bezoek en eventueel nog een keertje terugkomen.

Vaak beschikken instellingen wel over faciliteiten, maar communiceren ze dit niet expliciet. Gevolg: gezinnen weten niet dat er een aanbod is voor hen. Goed communiceren is dus cruciaal.

- ▶ Wanneer kunnen gezinnen het museum/het archief/de bibliotheek/uw plek bezoeken: heel het jaar door en/of op bijzondere tijdstippen speciaal voor hen (bv. zondagmiddag)?
- ▶ Hoe ze het museum/enz. bezoeken? Kunnen ze starten waar ze zelf willen, of kinderen de route laten bepalen? Het is wel handig een plattegrond mee te nemen, die verkrijgbaar is aan het onthaal.
- ▶ Ouders kennen hun kinderen het best. Zij weten precies wat ze doorgaans leuk vinden, waarin ze geïnteresseerd zijn. Als organisatie kunt u suggesties aanreiken ('wat je zeker moet gezien hebben!', of wat andere gezinnen bv. doen of als 'favoriet' aangeven ...)
- ▶ Geniet ervan! Bezoekers hoeven niet alles te zien, te doen, te lezen, te begrijpen ... Bekijk, doe wat ouders én kinderen leuk vinden en interesseert.
- ▶ Geef kinderen tussendoor de mogelijkheid om even te ontspannen. Laat ze even naar buiten gaan, of laat ze rennen in een mogelijke vrije speelruimte.
- ▶ Geef expliciet aan dat hun opmerkingen en gedachten er toe doen! Moedig hen aan om met elkaar te praten over wat ze zien, wat ze denken ...
- ▶ Vertel hen dat het personeel aanspreekbaar is (geef aan hoe ze personeel kunnen herkennen).
- ▶ Verduidelijk in welke toiletten er luiertafels zijn, of waar jonge moeders borstvoeding kunnen geven.
- ▶ Geef duidelijk aan voor welke activiteiten inschrijven al dan niet nodig is. Indien inschrijven niet nodig is, maar de activiteit blijkt volzet, denk na welke alternatieven er zijn.
- ▶ Toon foto's van activiteiten via de gratis fotowebsite flickr.com.
- ▶ Geef aan welke activiteiten/programma's geschikt zijn om met het hele gezin te doen. Of welke aparte activiteiten speciaal ontwikkeld zijn voor gezinnen.
- ▶ Communiceer ook wat de (educatieve) waarde van uw activiteit is voor hun (kleine) kinderen (bv. taalvaardigheid, woordenschat, muzisch-creatieve vorming, lichamelijke expressie ...). Vertel ook iets over de waarde van spelen en de invloed daarvan op het leren, en hun rol als belangrijkste 'leerkrachten' voor hun kinderen hierbij.
- ▶ Ticketprijzen en familievoordelen (drankjes, winkel, inkom bij andere musea/initiatieven, bv. gratis terugkom, kind dat met de klas is geweest krijgt gratis kaartjes voor ouders ...)

Ouders waarderen daarnaast ook:

- ▶ Veiligheid voor kinderen/maatregelen (trapeuningen, afscherming open ramen ...).
- ▶ Parkeerruimte voor kinderwagens, kinderfietsjes.
- ▶ Toiletten duidelijk aangegeven, zodat ouders er snel bij kunnen met de kinderen wanneer het (hoog) nodig is.
- ▶ Overal voldoende papieren, doekjes en servetten.
- ▶ Parking met specifieke plaatsen voor gezinnen.
- ▶ Duidelijke info over hoe gezinnen met het openbaar vervoer kunnen komen.
- ▶ Kaartjes van de omgeving kunnen afgedrukt worden.

- ▶ Gezondheid is, net als netheid, erg belangrijk. Zorg voor gezond eten en hygiënisch materiaal (speelgoed, verkleedkleden) dat geregeld wordt gereinigd – laat dit ook aan ouders weten.
- ▶ Indien er een ‘onveilige’ ruimte is, werk dan met een touw: laat kinderen het touw vasthouden en de volwassene zo met de kinderen door de ruimte lopen.
- ▶ Houd alles netjes en ordelijk. Want als alles ‘overhoop’ staat kan dat afschrikken. Tracht een aparte ruimte te voorzien waarin u tussendoor rommel en vuilnis kwijt kan; of plaats een kamerscherm.
- ▶ Veiligheid: gezondheid en veiligheid bij het gebruik van materialen, gezondheid en veiligheid bij bezoek en voldoende supervisie, het nemen en gebruik van foto’s van kinderen.

Bronnen en meer info:

- ▶ L. BORMANS (RED.), Gezinsvormen. In: *Klasse voor leerkrachten*, 205, mei 2010, pp. 57-73.
- ▶ T. DOWNEY, Family business. In: *Rethinking Learning: Museums and Young People. A Collection of Essays*. Edinburgh, MuseumsEtc, 2010, p. 180.
- ▶ H. BLOMME, J. FOSSAERT, *Geen handjes op de vitrine ... of toch? Met kleuters naar het museum*, KATHO, Departement lerarenopleiding - PHO, academiejaar 2009-2010, p. 21. [eindproef]
- ▶ F. GODFREY, *How red is red? A toolkit for Art in the Early Years*. London, Engage, 2010.

MEER LEZEN

- ▶ H. BLOMME EN J. FOSSAERT, *Geen handjes op de vitrine ... of toch? Met kleuters naar het museum*, Eindproef KATHO, Departement lerarenopleiding - PHO, academiejaar 2009-2010.
- ▶ T. BEEKMAN, *Het opa- en omaboekje*. Amsterdam, Belmondo Books, 2009.
- ▶ L. BORMANS (RED.), Gezinsvormen. In: *Klasse voor leerkrachten*, 205, mei 2010, pp. 57-73.
- ▶ B. BOSSAERTS, *En toen was cultuur niet langer vervelend: 7 ervaringen met kinder- en jongerenparticipatie*, Meise, Vlaams netwerk kindvriendelijke steden en gemeenten, 2010.
- ▶ I. BOTTELBERGHS, *Consumensjes: over kinderen, reclame en communicatie*, Leuven, LannooCampus, 2007.
- ▶ V. CAVE, *Planning and Designing for Children and Families*, Edinburgh, MuseumsEtc, s.d. [cd-rom].
- ▶ R. DAENEN, H. VAN GENECHTEN (RED.), *All in: cultureel erfgoed voor het hele gezin*, Antwerpen, Culturele Biografie Vlaanderen, 2007. (Deze publicatie kan ook gedownload worden via FAROnet)
- ▶ G. DE BOECK, *Van schieten met hagel naar telescoopvizier. Strategie ter verhoging van de gezinsparticipatie aan Erfgoeddag*, Scriptie ingediend tot het bekomen van het diploma Master in het Cultuurmanagement, Faculteit Toegepaste Economische Wetenschappen, UA, academiejaar 2009-2010.
- ▶ S. DE MAERTELAERE, *Bruggen bouwen tussen erfgoed en onderwijs*, Arteveldehogeschool, januari 2009. [presentatie tijdens workshop van Erfgoedcel Waasland]
- ▶ F. DEVOS, *Kies*: bijna 150 aanbevelingen voor een MAS in jonge handen*, Antwerpen, Museum aan de stroom, 2007.
- ▶ F. DEVOS, E. ASSELMAN, G. MAST, *XS: over kinderen, cultuur & communicatie*, Brussel, CultuurNet Vlaanderen, 2007.
- ▶ K. D’HAMERS, H. SCHOEFS, *Kif Kif en Shouf Shouf op ontdekking*, Brussel, FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw & CANON Cultuurcel, 2009.
- ▶ K. GIBBS, M. SANI, J. THOMPSON, *Lifelong learning in museums: a European handbook*, Ferrara, Edisai, 2007.
- ▶ A. GOPNIK, *De kleine filosoof*, Uitgeverij Nieuwezijds, 2009.
- ▶ E. HOOGSTRAAT, A. VELS HEIJN, *De leertheorie van Kolb in het museum. Dromer. Denker. Beslisser. Doener*, Amsterdam, Museumvereniging, 2006.
- ▶ KIDS IN MUSEUMS, *Flexible Family Ticket Watch*, 2010.
- ▶ KIDS IN MUSEUMS, *Flexible Family Ticket Guidelines*.
- ▶ *Klasse voor ouders*: speciaal grootoudernummer, nr. 135, 2010.
- ▶ R. KOHNSTAMM, *Kleine ontwikkelingspsychologie*, Houten – Diegem, Bohn Stafleu Van Loghum, 2002.

- ▶ C. LANG, J. REEVE, V. WOOLLARD, *The responsive museum: working with audiences in the twenty-first century*, Hampshire, Ashgate, 2007.
- ▶ H. MARX, G. MARX, J. PLUUT, *Kijk, vergelijk en verrijk: de ontwikkeling van je kind van 0 tot 12 jaar*, Utrecht, Spectrum, 2008.
- ▶ C. MEADE, *Developing and supporting family learning in museums and galleries*, Niace & Renaissance North West, 2009.
- ▶ A. MILKERS, Kijken met de ogen van een kleuter. In: *Limburgs Erfgoed*, september 2009, p.3. [Verslag inspiratiedag rond kleuterwerking in musea in het Stadsmus Hasselt op 4 september 2009, begeleid door De Veerman, i.h.k.v. Krokuskriebels]
- ▶ *Rethinking Learning: Museums and Young People. A Collection of Essays*, Edinburgh, MuseumsEtc, 2010.
- ▶ P. SAEY, M. VAN EEECKHAUT, *Publieksbegeleiding in de praktijk*, Brussel, CultuurNet Vlaanderen, 2003.
- ▶ S. SERRARIS, H. VAN GENECHTEN, Gesprek met Dea Birkitt. Museumrestaurants zijn het neusje van de zalm voor gezinsvriendelijke musea. In: *faro | tijdschrift over cultureel erfgoed*, 2(2009)4, pp. 56-59.
- ▶ H. SHIER, Pathways to Participation: Openings, Opportunities and Obligations. In: *Children & Society*, vol.15, 2001, pp. 107-117.
- ▶ UNICEF, *The Right to Participation*, s.d.
- ▶ UNICEF/Vlaamse Jeugdraad, *Dat denken wij ervan!*, 2009.
- ▶ J. VAN LEEUWEN, *Een halve hond heel denken: een boek over kijken*, Antwerpen, Querido, 2008.
- ▶ G. VERSCHULDEN, H. VAN EWIJK, *Cultuur beleven tussen generaties*, lezing conferentie Cultureel Verdrag Vlaanderen-Nederland, december 2008.
- ▶ VVSG, VVJ, JEUGDDIENST STAD GENT, VLAAMSE OVERHEID EN KIND & SAMENLEVING. *Weet ik veel! Handboek voor kinder- en jongerenparticipatie*. Politeia, 2006.

WEBSITES

- ▶ Campaign for Learning, Family Learning Festival Planning Guide
- ▶ Kind & Samenleving
- ▶ Learning outside the Classroom
- ▶ The National Institute of Adult Continuing Education (NIACE)
- ▶ Kids in Museums

■ KROKUSKRIEBELS

Krokuskriebels is het tweejaarlijks cultuurproject van de Gezinsbond. Tijdens Krokuskriebels, dat om de twee jaar tijdens de krokusvakantie wordt georganiseerd, zetten musea in Brussel en Vlaanderen de deuren wagenwijd open voor gezinnen. De deelnemende musea programmeren dan een bijzonder aanbod waar (groot)ouders en (klein)kinderen samen aan kunnen deelnemen.

Met dit evenement wil de Gezinsbond enerzijds het museumbezoek promoten als een zinvolle vrijetijdsbesteding voor gezinnen met jonge kinderen (tot 12 jaar). Anderzijds stimuleert het evenement de musea om in hun publiekswerking meer aandacht te besteden aan een gezinsgerichte aanpak.

FARO ondersteunt het gezinsvriendelijk evenement Krokuskriebels dat tweejaarlijks in musea over heel Vlaanderen en Brussel wordt georganiseerd door de Gezinsbond. Doorheen de jaren werd er daardoor heel wat expertise opgebouwd in musea in het werken met families. In dit hoofdstuk bundelen we verslagen van het evenement met verslagen van diverse vormingsmomenten. Zo kunt u de ervaringen van musea met het evenement Krokuskriebels editie na editie nalezen.

KROKUSKRIEBELS EDITIE 2016

Uitnodiging studiedag Familievriendelijke musea: (leeftijds)drempels verlagen

Familievriendelijke musea

Familievriendelijke musea, een kwestie van (leeftijds)drempels te verlagen. Tijdens deze studiedag ligt de focus op de toegankelijkheid van musea voor families. We blikken terug op de ervaringen van musea die tijdens het evenement [Krokuskriebels](#) gericht initiatieven namen om de drempel voor gezinnen te verlagen. We richten ons vizier eveneens naar musea die experimenteerden met een nieuw aanbod, met name voor de allerkleinsten (0- tot 4-jarigen) en hun ouders.

Op deze studiedag wisselen we ideeën uit, en laten ons verder inspireren door specialisten ter zake, zoals onder meer Esmé Ward, *Head of Learning and Engagement* van Manchester Museums. Zij onderzocht de impact van musea op families met kinderen jonger dan vijf jaar en won hiervoor the Clore Award for Museum Learning in 2012. Sindsdien zette ze haar schouders onder *Culturebabies*, een heel aanbod van culturele activiteiten voor de allerkleinsten. Deze programma's behoren ondertussen tot de populairste van the Whitworth, Manchester Museum en Manchester Art Gallery, aldus Esmé Ward.

Programma

10.00 uur: Onthaal met koffie

10.20 uur: Verwelkoming

10.30 uur: Een terugblik op Krokuskriebels 2016: Wat leren we uit dit museale evenement voor gezinnen? | Hilde Marichal, coördinator Krokuskriebels/Gezinsbond

11.00 uur: Drempels verlagen voor families, voorbeelden uit de praktijk

- Samenwerken met het Initiatief Buitenschoolse Opvang 'De verliefde wolk' in Molenbeek | Chantal Brems, coördinator erfgoedcommunicatie, erfgoedcel Brussel van de Vlaamse Gemeenschapscommissie
- Deuren openen voor kwetsbare gezinnen | Irène Wensveen, coördinator, Fonds Vrijetijds participatie
- 'Baby's en peuters welkom!' Samen investeren in de omgeving van jonge kinderen | Tine Rommens, Team Gezin & Samenleving, Kind en Gezin

12.00 uur: Lunch

13.00 uur: Focus op de leeftijdsdrempel: presentatie van het manifest 'Musea, óók voor de allerkleinsten' | Hildegard Van Genechten, stafmedewerker, FARO

13.15 uur: Museums & under 5's: Manchester experiences | Esmé Ward, Head of Learning and Engagement, Manchester Museum and the Whitworth Art Gallery [Presentatie in het Engels]

14.15 uur: Koffiepauze

14.45 uur: Leeftijdsdrempels verlagen in musea: voorbeelden uit de praktijk


- Baby's @ the Kitchen | Clara Mathues, medewerkster publiekswerking en museologie, Brussels museum van de molen en de voeding
- De Proeftuin | Lies Ledure, publiekswerker, Museum voor Schone Kunsten Gent
- Ahoy! Een ontdekkingsparcours voor peuters | Tammy Wille, publiekswerker, MAS

15.45 uur: Vragenronde

16.00 uur: Einde

Deze dag is een initiatief van FARO en Krokuskriebels (de Gezinsbond), in samenwerking met het MAS.

Praktisch

22 maart 2016, 10.00 - 16.00  10.00 - 16.00 uur, [MAS](#), Hanzestedenplaats 1, 2000 Antwerpen

Prijs: 50 euro / 25 euro voor medewerkers van musea die deelnemen aan Krokuskriebels 2016

Inschrijven kan online via onderstaand formulier. Uiterste inschrijfdatum: 11 maart 2016

Meer informatie: hildegarde.vangenechten@faro.be

KROKUSKRIEBELS EDITIE 2014

- ▶ Uitnodiging Terugkomdag
- ▶ Krokuskriebels 2014: een totaalbeeld en terugblik, Hilde Marichal (Krokuskriebels/Gezinsbond)
- ▶ Evaluatieverslag Krokuskriebels 2014
- ▶ Oog voor een divers publiek in Gent, Nele Goethals (De Centrale)
- ▶ Ruimte voor experiment, Nathalie Jacobs (Charliermuseum, Brussel)
- ▶ Museale inhoud vertalen naar een aantrekkelijke gezinsactiviteit, Eric De Keyzer (Nationaal Museum van Douane en Accijnzen, Antwerpen) - presentatie Bert Verhoeven
- ▶ Krokuskriebels 2.0: Tips voor een succesvolle promotie via digitale en sociale media, Bart De Potter en Dennis Kestelle (De Bemanning) Zie: www.debemanning.be/socialmediatips.pdf
- ▶ Actief proeven van het gezinsaanbod in het Speelgoedmuseum, Evelien Bruijnje en Dorien Cluycq (Speelgoedmuseum Mechelen)

Terugkomdag KROKUSKRIEBELS 2014



Foto: Krokuskriebels 2014, Netwerk, Aalst

De Gezinsbond en FARO nodigen alle deelnemende musea aan Krokuskriebels uit voor de Terugkomdag op donderdag 4 september 2014.

De editie Krokuskriebels 2014 mogen we opnieuw succesvol noemen. We blikken samen terug op het evenement én tegelijkertijd delen we ervaringen met elkaar. Een aantal collega-musea geven hiertoe een voorzet.

Ook de Bemanning – het creatieve duo achter de nieuwe promotiecampagne van Krokuskriebels – vertelt onder meer over de Facebook-strategie van Krokuskriebels en geeft handvaten die ook voor jouw werking van nut kunnen zijn.

Praktisch

Datum: donderdag 4 september 2014

Tijdstip: van 13u tot 16u30 (onthaal met koffie vanaf 12u30)

Locatie: Speelgoedmuseum, Mechelen (<http://www.speelgoedmuseum.be/>, Nekkerspoelstraat 21, 2800 Mechelen, vlakbij station Mechelen-Nekkerspoel)

Inschrijven: gratis, aanmelden wel verplicht (vóór 25 augustus) via www.faronet.be

Meer informatie: via Hildegarde Van Genechten (FARO), hildegarde.vangenechten@faronet.be, of 02 213 10 71

Programma

12u30: onthaal met koffie

13u: *Krokuskriebels 2014: een totaalbeeld en terugblik*, door Hilde Marichal
(Krokuskriebels/Gezinsbond)

13u20: *Oog voor een divers publiek in Gent*, Nele Goethals (De Centrale)

13u50: *Ruimte voor experiment*, Nathalie Jacobs (Charliermuseum, Brussel)

14u20: koffiepauze

14u40: *Museale inhoud vertalen naar een aantrekkelijke gezinsactiviteit*, Bertje Gauwloos
(Nationaal Museum van Douane en Accijnzen, Antwerpen)

15u10: *Krokuskriebels 2.0: Tips voor een succesvolle promotie via digitale en sociale media*, Bart De Potter en Dennis Kestelle van De Bemanning

15u40: *Actief proeven van het gezinsaanbod in het Speelgoedmuseum*, Evelien Bruijnje en Dorien Cluycq (Speelgoedmuseum Mechelen)

16u30: slot



een terugblik...

Ik denk dat de inkomsten zullen stijgen. Het was hier zóo tof, we gaan zeker nog een keer langskomen!

ENKELE CIJFERS:

- 94 musea
- 16 % nieuwkomers
- 23.978 deelnemers effectief geregistreerd (35.122). Kanttekeningen bij registratie!
- 48 % volwassenen, 52 % kinderen -12jaar



DOELSTELLINGEN:

- DS 1: gezinnen ervaren (voor de eerste keer) een museumbezoek als een positief gebeuren waarbij volwassenen en kinderen leren van elkaar.
- DS 2: gezinnen vanuit verschillende leefwerelden, achtergronden of culturen participeren aan het Krokuskriebelsaanbod

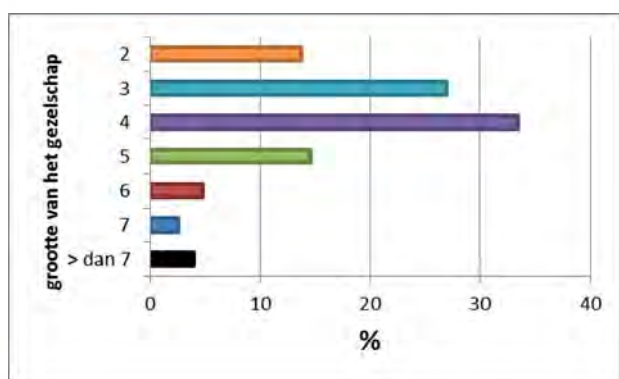


DOELSTELLINGEN:

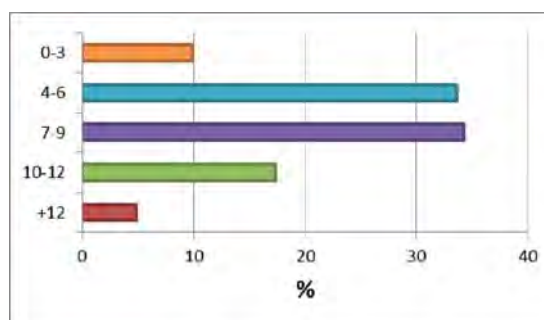
- DS 3: ouders zetten de stap om – ook na het evenement – een museum te bezoeken met hun kinderen. Voor vele gezinnen is KK een eerste kennismaking met het museum en een opstap en smaakmaker naar een verdere kennismaking.
- DS 4: Musea zijn steeds meer uitnodigende plaatsen voor gezinnen. Museummedewerkers voelen zich door KK ondersteund in hun gezinsvriendelijke werking (onthaal en aanbod) en zijn geprikkeld om deze werking - ook na het evenement – voortdurend te vernieuwen en/of te optimaliseren



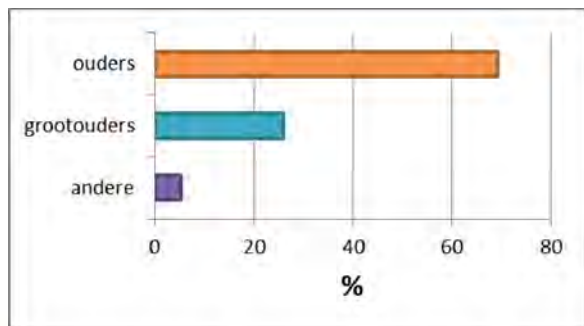
DEELNEMERS:



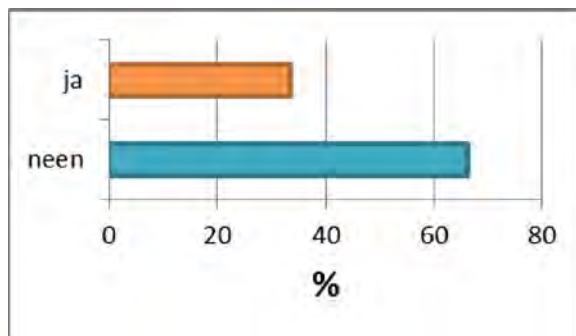
GEEF PER LEEFTIJDSCATEGORIE HET AANTAL PERSONEN IN JULLIE GEZELNSCHAP:



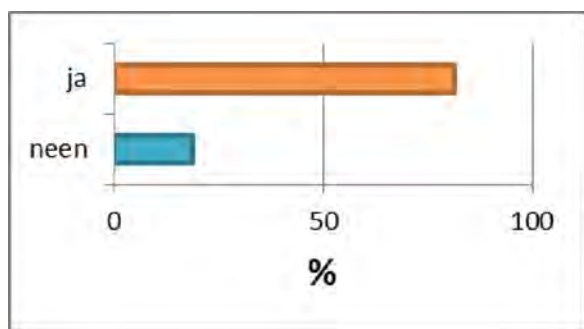
WAT IS DE RELATIE VAN DE VOLWASSENEN UIT DIT GEZELSCHAP TOT DE KINDEREN:



IS HET DE EERSTE KEER DAT JULLIE ALS GEZIN NAAR EEN MUSEUM GAAN:

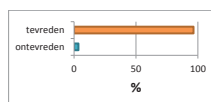


IS HET DE EERSTE KEER DAT JULLIE DEELNEMEN AAN KROKUSKRIEBELS:

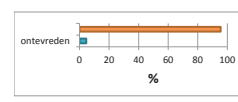


TEVREDENHEID OVER DEELASPECTEN:

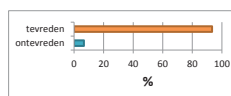
De aanpak/organisatie van de activiteit:



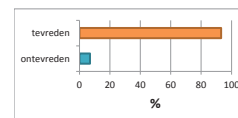
De mate van originaliteit van de activiteit:



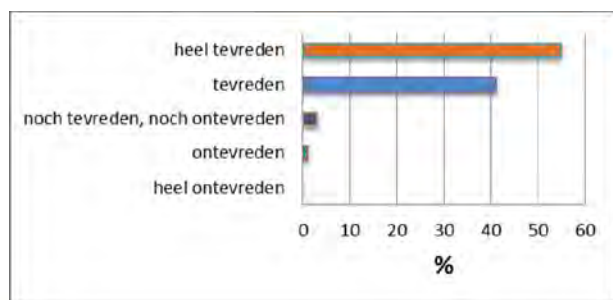
De afstemming van de activiteit op alle leeftijden van het gezin:



De activiteit beantwoordde aan onze verwachtingen:

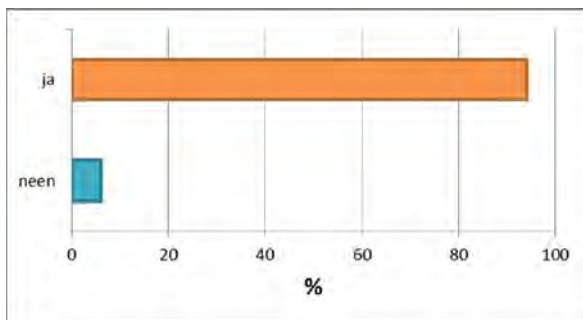


ALLES BIJ ELKAAR GENOMEN, HOE TEVREDEN ZIJN JULLIE OVER DEZE ACTIVITEIT:

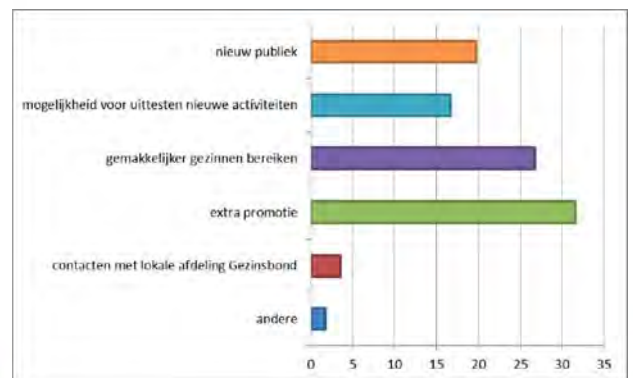




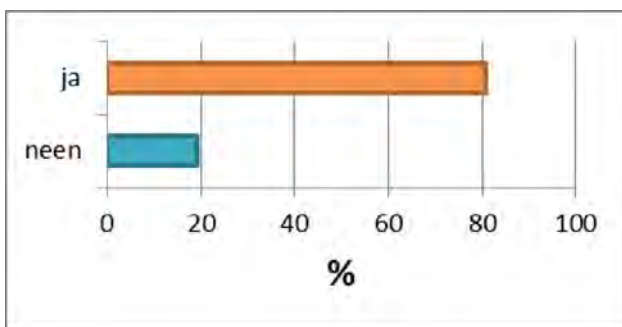
MUSEA BLIKKEN TEVREDEN TERUG OP DEZE EDITIE VAN KROKUSKRIEBELS:



WAAROM BEN JE TEVREDEN?



WAS JE TEVREDEN OVER DE OPKOMST ?



Maar liefst de helft van de musea organiseerden één of meerdere activiteiten voor kleuters.

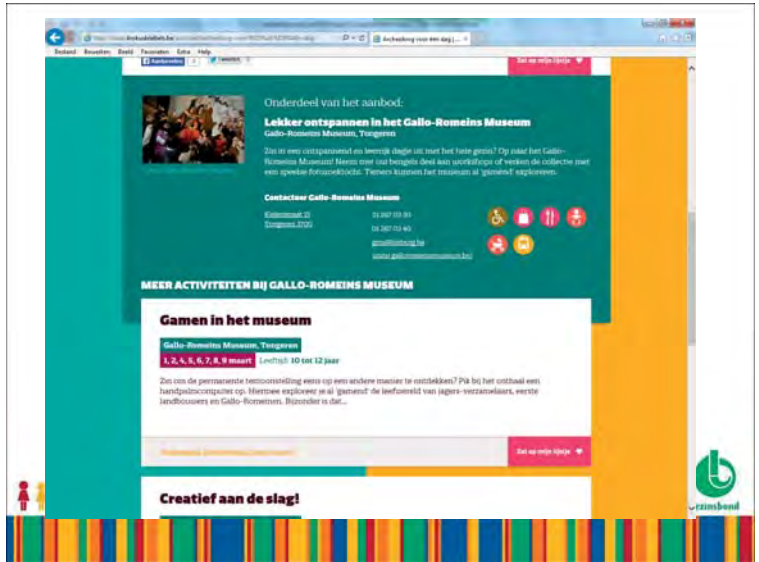
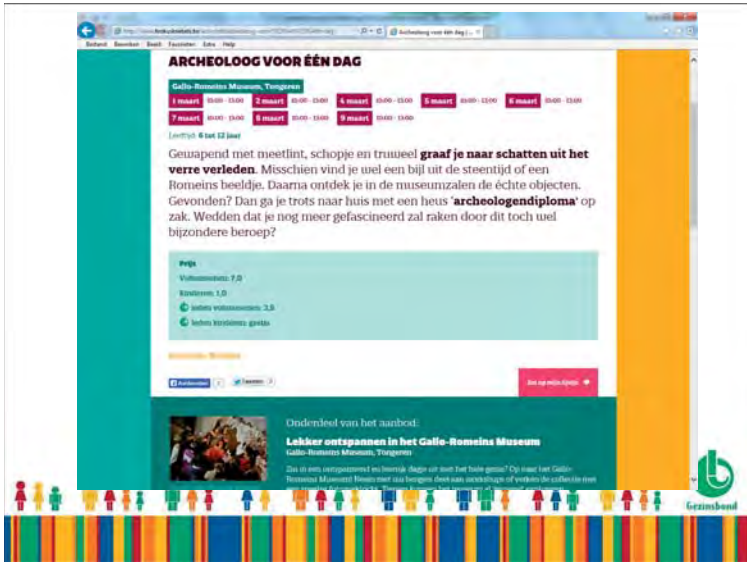
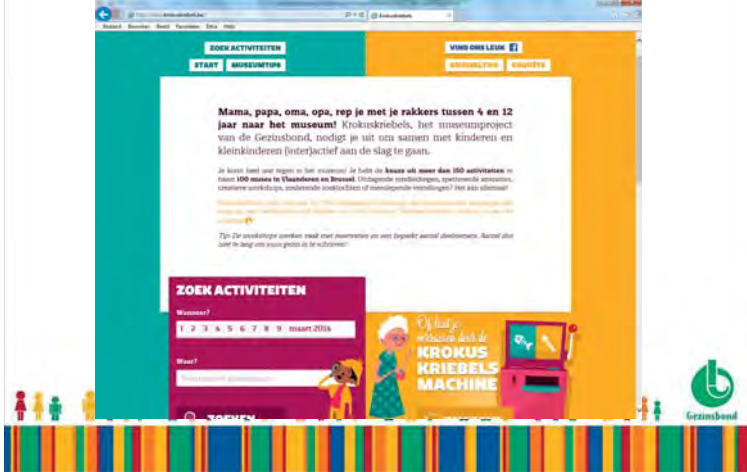
Musea voerden hoofdzakelijk promotie binnen de eigen muren.

Het gebruik van badges voor de eigen medewerkers en het aanbieden van stickers aan de deelnemers kon op veel bijval rekenen.

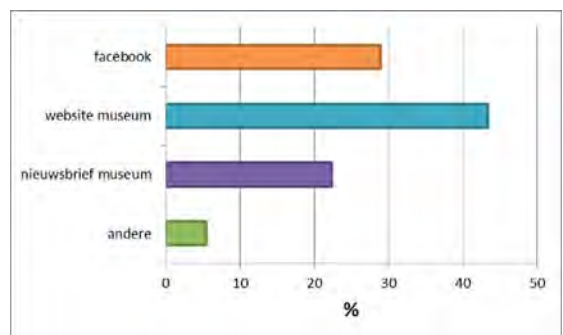


50% van de musea antwoordt bevestigend op de vraag: Heb je iets bijgeleerd over de werking naar gezinnen toe?

WEBSITE EN PROMOTIEMATERIAAL WERDEN IN EEN NIEUW KLEEDJE GESTOKEN



DIGITALE EN NIEUWE MEDIA DOEN HUN INTREDE IN KROKUSKRIEBELS



KROKUSKRIEBELS OP SOCIALE MEDIA



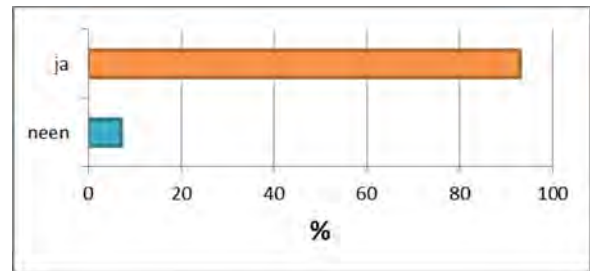
KROKUSKRIEBELS OP SOCIALE MEDIA



NIEUWE ACCENTEN BINNEN KROKUSKRIEBELS

- > Krijg jij ook Kiekebisj van Brussel?
- > Oog voor diversiteit door middel van intensieve samenwerking met De Centrale
- > The Campaign for Drawing

EEN NIEUWE EDITIE VAN KROKUSKRIEBELS IN 2016?



KROKUS KRIEBELS

MUSEA OP GEZINSMAAT

1 → 9 maart 2014



EVALUATIEVERSLAG

INLEIDING

Krokuskriebels is een grootschalig cultuurevenement van de Gezinsbond, in samenwerking met diverse musea verspreid over Vlaanderen en Brussel. Het evenement richt zich tot alle gezinnen met kinderen van 4 tot 12 jaar, en wil hen stimuleren om een museum te bezoeken tijdens de krokusvakantie. De deelnemende musea zetten die week hun beste (gezins)beentje voor door allerlei activiteiten te organiseren die ouders en grootouders en hun (klein)kinderen actief betrekken zodat het museumbezoek een echte familiale belevenis wordt.

Door middel van het opzetten van cultuurprojecten tracht de Gezinsbond cultuurparticipatie van gezinnen te bevorderen. Voor jonge kinderen blijkt het gezin een bepalende factor voor hun later cultureel gedrag. Hoe jonger bovendien kinderen in aanraking komen met cultuur, hoe groter de kans dat zij ook geïnteresseerd blijven. Jong geleerd is oud gedaan. Daarom heeft Krokuskriebels extra aandacht voor de kleuters (4-6 jaar) en stimuleert zij musea om voor deze doelgroep specifieke activiteiten te organiseren.

Gezinnen met jonge kinderen vormen een kansengroep als het om cultuurparticipatie gaat. Krokuskriebels kan de prikkel zijn die hen over de spreekwoordelijke museumdrempel heen kan helpen.

Zowel landelijk erkende musea, als provinciale en lokale musea kunnen deelnemen aan Krokuskriebels. Door zijn concept, grootschalige en eenvormige communicatie en logistieke ondersteuning biedt het project musea de mogelijkheid om zich expliciet tot gezinnen te richten en een nieuw doelpubliek aan te spreken. De Gezinsbond is voor musea de partner bij uitstek om gezinnen te bereiken, ook deze gezinnen voor wie een museumbezoek nog geen evidentie is.

Iedere editie plaatst Krokuskriebels een bepaald thema in het voetlicht waarrond inspiratie, tips en ideeën aan de musea worden aangereikt die hun gezinsvriendelijke werking nog kunnen verbeteren.

Voor de editie van 2014 zetten we in op 'tekenen' in samenwerking met een onderwijsinstelling en startten we met een intercultureel centrum een pilootproject rond diversiteit.

Alle musea werden uitgenodigd een projectvoorstel in te dienen dat geëvalueerd werd door de stuurgroep Krokuskriebels en getoetst aan de Krokuskriebelscriteria. Deze stonden uitvoerig uitgelegd in de engagementsverklaring die elk deelnemend museum voor akkoord ondertekende.

Krokuskriebelscriteria:

logistieke criteria:

- Beschikken over voldoende bezoekerscapaciteit, een uitgewerkte dienstverlening (onthaalruimte, gezinsvriendelijke openingsdagen en -uren, ...), basisvoorzieningen voor groot en klein, om een kwaliteitsvolle opvang van de bezoekers te kunnen garanderen.
- Minstens drie volledige dagen geopend zijn tijdens de Krokuskriebelsweek van zaterdag 1 tot en met zondag 9 maart.

financiële criteria:

- Hanteren van gezinsvriendelijke prijzen voor alle deelnemers.
- Een extra korting voorzien voor leden van de Gezinsbond: gratis deelname voor kinderen tot 12 jaar, alle andere leden krijgen 50% korting.

communicatieve criteria:

- Voeren van promotie op lokaal niveau.
- Briefen van museummedewerkers (onthaal, suppoosten, ...) zodat iedereen voldoende op de hoogte is van Krokuskriebels en kan inspelen op eventuele vragen van deelnemers.
- Organiseren van een specifiek onthaal als ontvangst en aanspreekpunt voor deelnemende gezinnen.
- Creëren van een gezinsvriendelijke en klantgerichte attitude bij alle museummedewerkers betrokken bij Krokuskriebels (onthaal, suppoosten, ...) zodat de deelnemende gezinnen zich extra welkom voelen en in de watten worden gelegd.
- Museummedewerkers dragen tijdens de Krokuskriebelsweek de hiertoe speciaal ontworpen Krokuskriebelsbadge.

Inhoudelijke criteria:

- **Minimaal:**
 - Eén of meerdere aantrekkelijke en vlot toegankelijke activiteiten op maat van kinderen in gezinsverband (4-12 jaar) organiseren. Activiteiten specifiek op maat van kleuters worden extra gestimuleerd.

- Deze activiteit(en) word(t)en aangeboden tijdens alle openingsdagen en -uren van het museum tijdens de Krokuskriebelsweek van 1 tot en met 9 maart.

▪ **Facultatief:**

- Aanvullend kunnen ook één of meerdere activiteiten worden aangeboden waarvoor reservatie noodzakelijk is.
- Deze activiteiten worden minstens op drie verschillende momenten georganiseerd.

Leden van de stuurgroep Krokuskriebels

Gezinsbond

Christel Verhas, Directeur Sociaal-Cultureel Werk en Gezinspolitiek

Tom Joos, diensthoofd SCW

Hilde De Weirdt, educatief medewerker doelgroepenwerking JGA

Hilde Marichal, educatief medewerker cultuur; coördinator Krokuskriebels

Nicolas Van Herck, educatief medewerker doelgroepenwerking JGA

Stefanie Desmet, administratief medewerker SCW

Femke Muylaert, administratief medewerker SCW

Faro

Hildegarde Van Genechten, consulent publiekswerking

Leen Breyne, sectorcoördinator Erfgoeddag

Experten

Mieke De Ceuninck, medewerker Brusselse Museumraad

Marijke Wienen, erfgoedcoördinator Erfgoedcel Mechelen

Anne Milkers, museumconsulent provincie Limburg; afgevaardigde van de provinciale museumconsulenten in de stuurgroep

Voor het beoordelen van de ingediende voorstellen werden de volgende personen éénmalig uitgenodigd voor deelname aan de stuurgroep:

Trees Van Kersschaever, oud-medewerker Gezinsbond SCW en grootmoeder

Sofie Serraris, Museumconsulent

Grafische vormgeving van website en promo-materiaal: Dennis Kestelle en Bart de Potter van De Bemanning.

Overlegmomenten stuurgroep Krokuskriebels

12/02/2013: verkennende vergadering mbt tot opstart nieuw subsidiedossier

30/04/2013: opstart voorbereiding Krokuskriebels 2014 – bepalen promotiematerialen

20/06/2013: eerste evaluatie kandidaturen

29/10/2013: evaluatie ingediende activiteitenvoorstellen

7/01/2014: voorbereiding startfeest Krokuskriebels

7/02/2014: laatste praktische afspraken

17/04/2014: nabeschouwingen website Krokuskriebels

23/06/2014: evaluatievergadering

1. Data:

26 augustus 2013 in Netwerk Aalst

27 augustus 2013 in Z33 Hasselt

13 december 2014 in Museum Broodhuis, Brussel

2. Doelstelling en programma Netwerk Aalst en Z33 Hasselt:

We wilden de deelnemers aan deze inspiratiedagen tal van goede en inspirerende praktijkvoorbeelden uit binnen- en buitenland aanbieden rond gezinsvriendelijke activiteiten:

- Waar staat Krokuskriebels voor? Waar streven we naar? Waarom deze inspiratiedag?
- Cultuurparticipatie en gezinnen: Resultaten van het onderzoek 'Tijd voor vrije tijd' in samenwerking met CultuurNet Vlaanderen: Wat kunnen we daaruit afleiden voor onze eigen museale werking?
- Communicatie en promotie naar gezinnen door Elien Van Laer, CultuurNet/Vlieg!
- Het familieaanbod in het Stedelijk Museum Amsterdam door Hanna Piksen, educatief medewerker
- Een blik op het buitenland: familievriendelijke cases door Mijke de Hartog en Marie Anne Remmelink, familiemusea.nl
- Talrijke praktijkvoorbeelden met aandacht voor do's en dont's met betrekking tot:
 - communicatie en promotie naar gezinnen
 - organisatie van een kriebelend onthaal / gastvrijheid naar gezinnen
 - programmatie + ontwikkeling + begeleiding van activiteiten: welke activiteiten, voor wie, tijdstip/ddoorlopend, door wie ontwikkeld en begeleid?, interactie met ouders, differentiatie naar leeftijden, ...
 - Toepassing van bepaalde methodes / technieken in functie van gezinnen: bv. Gebruik van verhalen, doe-activiteiten, tekenen, ...

3. Aantal deelnemers Netwerk Aalst en Z33 Hasselt:

26 augustus: 34 deelnemers

27 augustus: 23 deelnemers

4. Evaluatie deelnemers Netwerk Aalst en Z33 Hasselt

- Deelnemers waren in hoofdzaak naar deze infodagen gekomen om inspiratie op te doen, in mindere mate maar vooral van toepassing op nieuwe musea: info over Krokuskriebels en netwerking.
- De verwachtingen werden meer dan behoorlijk ingelost met een positieve evaluatie van de sprekers en de praktijkvoorbeelden.
- Naar een volgende editie toe vraagt men vooral meer uitgewerkte praktijkvoorbeelden met een focus op een theoretische benadering.
- Men vroeg naar tips voor een goede digitale communicatie en ideeën om senioren en anderstaligen te activeren voor een museumbezoek.

5. Doelstelling en programma Broodhuis Brussel

Met The Campaign for Drawing als leidraad wilden we de musea verfrissende en originele ideeën aanreiken voor de uitwerking van hun gezinsactiviteiten.

Krokuskriebels vroeg de studenten van het derde jaar Project Kunstvakken van de HUB Brussel om inspirerende tekenactiviteiten te bedenken die vlot toepasbaar zijn in musea met gezinsactiviteiten.

Zeven studenten werkten onder leiding van Dominique Temmermans, docente Project Kunstvakken creatieve ateliers uit. De deelnemers gingen hiermee aan de slag in het Museum Broodhuis in Brussel onder deskundige leiding van de studenten.

- *Tableau vivant*: uitbeelden van figuren op wandtapijten en tekenen van contouren van eigen uitbeelding op grote vellen papier op de grond.
- *Ballon & krijstiften*: voorwerpen in een vitrinekast overtekenen op de vitrinekast.
- *Luisteren, inbeelden en tekenen van een verhaal*: Luisteren naar een verhaal door een hoofdtelefoon dat je vervolgens moet uitbeelden op papier.
- *Hoedje van papier*: het hoofddekseel van een beeldhouwde figuur nabootsen in papier.
- *Familiewapenschild*: kijken naar wapenschilden verwerkt in glasramen en zelf een eigen wapenschild ontwerpen op een soft-lino in de vorm van een wapenschild.
- *Huizen toveren*: Met een 'gevelbril' kijken naar de gevels van huizen op schilderijen en foto's. Observeren van echte gevels op de Grote Markt. Een eigen gevel bedenken en tevoorschijn toveren met een tintenkiller op het blauwe papier.
- *Eigen makelij*: Een eigen kostuum maken voor Manneke Pis met restjes stof en wol.

6. Aantal deelnemers Broodhuis Brussel: 24

7. Evaluatie deelnemers Broodhuis Brussel

Het enthousiasme over deze inspiratiedag was achteraf bij alle partners en deelnemers zeer groot.

Marie-Claude van Grunderbeek, educatief medewerker van het Museum Broodhuis (gastmuseum) verwoordde het als volgt:

“Het tekenen op toonkasten heeft duidelijk een immens succes en grote weerklank. We hebben voor Krokuskriebels iedereen die in het museum kwam laten tekenen. Volgende vakanties zullen we ermee verder doen!”

Ook de docente en de studenten waren tevreden over de samenwerking en het resultaat. De studenten PKV kregen dankzij deze gelegenheid een mooie kans om zich te profileren als toekomstige educatieve medewerkers. Daarbovenop maakten ze kennis met de werking van de Gezinsbond en Krokuskriebels, Faro als steunpunt erfgoed en het museum Broodhuis.

Deze inspiratiedag was een mooi voorbeeld van samenwerking met het onderwijs over de grenzen van de culturele sector heen.

We peilden in de bevraging naar de musea naar hun deelname aan één van deze studiedagen. Ruim 1/3de van de musea nam hieraan deel.

We vroegen hen ook of zij de info van deze inspiratiedagen hadden kunnen gebruiken bij de voorbereiding van de eigen activiteiten. Het antwoord hierop was hoofdzakelijk positief.

Vooraf de verschillende tekenateliers en het aanbod aan kleuteractiviteiten werkten zeer inspirerend. Maar bovenal worden de inspiratiedagen gezien als een moment bij uitstek om met collega's ervaringen uit te wisselen en van elkaar te leren.

NIEUWE ACCENTEN BIJ DEZE EDITIE VAN KROKUSKRIEBELS

Bij een nieuwe editie van Krokuskriebels willen we telkens nieuwe accenten leggen. Musea worden hierdoor geprikkeld te experimenteren met nieuwe inhoud, nieuwe methodes, nieuwe doelgroepen, ... die zij – na het evenement – kunnen opnemen in de permanente publiekswerking van het museum.

1. Samenwerking met De Centrale, Intercultureel Centrum in Gent

Krokuskriebels wil gezinnen vanuit verschillende leefwerelden, achtergronden of culturen kansen bieden om te participeren aan het project.

In dit kader werd een participatieproject opgezet onder supervisie en coördinatie van Nele Goethals, adjunct van de directie van De Centrale in samenwerking met twee Gentse Krokuskriebelsmusea, Miat en S.M.A.K, de diversiteitsmedewerker van De Centrale en diverse lokale en multiculturele organisaties: Turkse unie, Federatie Marokkaanse Vereniging, Spelothek Baloe, Vzw Jong, Taalkamp Roeland, Intercultureel Netwerk Gent en Vakantiewerking OCMW Gent. Deze partners werden reeds in een vroeg stadium van voorbereiding met elkaar in contact gebracht zodat zij het hele traject samen konden afleggen en een activiteit op maat van de doelgroep creëren. De verschillende vergaderingen werden als zeer open ervaren en iedereen kon er zijn mening kwijt.

Conclusies en aandachtspunten

Voor veel gezinnen, ouders en kinderen, was het de eerste keer dat ze naar het museum gingen. Voor elk van hen was het een bijzondere ervaring. Voor hen is het samen kijken naar kunst met hun (klein)kinderen een totaal nieuwe ervaring. De workshop in het S.M.A.K. was zeer geslaagd en hielp om de tentoonstelling zelf meer bevattelijk te maken voor de kinderen. Men kreeg wat men verwacht had, wat tot een grote tevredenheid stemde. Bij de workshop in het MIAT bleek het voor niet-Nederlandstalige ouders zeer moeilijk om de kinderen te helpen bij de speurtocht. Externe begeleiding is hier zeker noodzakelijk, een rondleiding in de landstaal van de aanwezigen geen overbodige luxe.

Er waren extra inspanningen nodig om de doelgroep te bereiken. Je moet hiervoor voldoende voorbereidingstijd voorzien.

De inschrijvingen voor de workshops verliepen via de partners en dat bleek een goede werkwijze.

Een duidelijke leeftijdsafbakening en opgave van de doelgroep is een must. Zo vermijd je dat te jonge kinderen zich inschrijven en van een kale reis thuiskomen.

Programmafolders werden in verschillende talen aangeboden. De promotie voor de activiteiten was zeer goed. Het was moeilijk om sommige groepen te overtuigen, de meesten beslisten pas enkele dagen vooraf. Tijdig communiceren en vertalingen voorzien.

Hedendaagse kunst aantrekkelijk maken voor etnisch-cultureel diverse minderheden kan zeker interessant zijn als er een link is met hun leefwereld. Tip: werken met universele thema's.

Dit pilootproject kan als stimulans en ondersteuning dienen voor andere musea om zelf een inclusieve werking op te starten.

2. The Campaign for Drawing

Voor de editie 2014 wilde Krokuskriebels inzetten op het thema 'tekenen'. Krokuskriebels liet zich hiervoor inspireren door The Campaign for Drawing (www.campaignfordrawing.org) en The Big Draw in Groot-Brittannië en afgeleiden daarvan in diverse andere landen. Tekenen is een laagdrempelige activiteit, iets wat jong en oud samen kunnen doen, iets wat iedereen – ongeacht zijn of haar sociale of culturele achtergrond – herkent. Tekenen hoeft geen taal om mensen met elkaar in contact te brengen.

Tekenen kan bovendien een manier zijn om beter te (leren) kijken, om een bepaalde inhoud te verwerken, om emoties te uiten, om in contact te komen met elkaar... Kortom, tekenen is een methodiek die hernieuwde aandacht verdient in musea, welke collectie men ook beheert en presenteert. Tekenen draagt zoveel mogelijkheden in zich om op een zeer toegankelijke manier, en op actieve en creatieve wijze jong en oud tezamen, de collectie te bekijken, te begrijpen, om (van elkaar) te leren, ervaringen te delen... Het geeft de musea de kans om buiten hun museummuren te treden. Bovendien kan dit thematisch accent nieuwe samenwerkingsverbanden stimuleren: bv. tussen musea en (amateur)kunstenaars, tussen musea en lokale afdelingen van de Gezinsbond, ...

De inspiratiedag van 13 december stond geheel in het teken van tekenen!

De oproep naar de musea om tekenactiviteiten te organiseren viel niet in dovemansoren. Bijna 1 op de 2 Krokuskriebelsmusea hadden één of meerdere tekenactiviteiten in hun aanbod. En ze zouden het opnieuw doen bij een volgende editie!

Van waar dit enthousiasme? Tekenen sluit mooi aan bij de tentoonstelling of de activiteit. Het is een ideale manier om te observeren en de gezinnen gericht te laten kijken en aandacht te vragen voor vorm en detail. Het is bovenal een activiteit voor alle leeftijden en vraagt weinig investering. Tekenen zet echt aan tot samen doen in tegenstelling tot speurtochten waar ouders vaak aan de zijlijn staan te kijken en niet actief meedoen.

Andere musea vinden tekenen dan weer niet creatief genoeg en zetten meer in op spelen en beleven. Soms is er te weinig plek in het museum voor een tekenactiviteit of vindt men dat kinderen thuis genoeg kunnen tekenen en mikt men meer op originele activiteiten.

Sommige musea bieden geen tekenactiviteit aan uit vrees voor beschadiging van de collectiestukken.

KRIJG JIJ OOK KIEKEBISJ VAN BRUSSEL? – BRUSSEL EXTRA IN DE KIJKER TIJDENS KROKUSKRIEBELS

Uit de evaluatie van de vorige editie van Krokuskriebels in 2012 bleek dat, ondanks de extra inspanningen en aantrekkelijke activiteiten die de Brusselse musea toen aanboden, nog te weinig gezinnen de weg naar Brussel vonden. Het bleek niet eenvoudig om Vlaamse gezinnen enkel via een algemene promotiecampagne ertoe te bewegen om voor een Brussels museum te kiezen.

Extra inspanningen waren hiervoor nodig. We dienden hiertoe een subsidieaanvraag in bij Coördinatie Brussel en kregen een positief advies en een substantieel bedrag voor extra ondersteuning van de deelnemende Brusselse musea en een op Brussel gerichte communicatiecampagne

De Gezinsbond werkte voor dit Brusselproject nauw samen met de Brusselse Museumraad, Erfgoedcel Brussel van de Vlaamse Gemeenschapscommissie, Muntpunt en FARO. Vlaams Steunpunt voor cultureel erfgoed vzw.

1. Leden stuurgroep Brussel

Gezinsbond

Hilde Marichal, educatief medewerker cultuur; coördinator Krokuskriebels

Reinout Beyaert, educatief medewerker Gewest Brussel

Brusselse Museumraad

Mieke De Ceuninck, medewerker Brusselse Museumraad

Erfgoedcel Brussel

Peggy Voesterzoons, Adjunct van de directeur

Chantal Brems, coördinator erfgoedcommunicatie

Muntpunt

Christina Roelandt

Faro

Hildegarde Van Genechten, consulent publiekswerking

2. Overlegmomenten stuurgroep Brussel:

16 april 2013

28 mei 2013

26 juni 2013

24 augustus 2013

24 september 2013

22 oktober 2013

7 november 2013

3. Krokuskriebelsmusea in Brussel (vet gedrukt: eerste deelname)

| | |
|--------------------------------------|--|
| Brussel | Experience Brussels! - BIP Expo |
| Brussel | Bozar ism Koninklijk Museum Midden-Afrika |
| Brussel | Museum van de Stad Brussel - Broodhuis |
| Brussel | MIM |
| Brussel | Librarium |
| Brussel | Autoworld |
| Brussel | Coudenberg-Voormalig paleis van Brussel |
| Brussel | art & Marges museum |
| Brussel | Museum Hallepoort |
| Brussel | BELvue Museum |
| Brussel | Museum voor brieven en manuscripten |
| Brussel – Anderlecht | Het Erasmushuis |
| Brussel – Elsene | Museum van Elsene |
| Brussel - Etterbeek | Politiemuseum |
| Brussel-Evere | Brussels Museum van de Molen en Voeding |
| Brussel – Sint-Joost-ten-Node | Charliermuseum |
| Brussel - Ukkel | Van Buurenmuseum |

17 musea namen deel. Voor vijf musea (vet gemarkeerd) was het hun eerste deelname.

Enkele musea lieten weten om diverse redenen niet te kunnen participeren aan Krokuskriebels:

- Wiels, Centrum voor hedendaagse kunst, Vorst
- Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis, Brussel
- Koninklijk Legermuseum, Brussel
- Koninklijke Musea voor Schone Kunsten van België, Brussel
- Museum van de Nationale Bank, Brussel
- Villa Empain, Elsene

4. Promotie en communicatie

Het Brusselaanbod werd op verschillende manieren extra in de kijker gezet met een aparte en meer gerichte communicatiestrategie:

- specifieke flyers met op de versozijde een verwijzing naar de Brusselpagina op de website van Krokuskriebels en het speciale Brusselkrantje.
- Een aparte Brusselpagina op de Krokuskriebelswebsite
- Een afzonderlijk Brusselkatern van 4 pagina's in het algemene Krokuskriebelskatern van 7 februari
- Advertenties in Brussel Deze Week en Kidsgazette
- Affichage in de Brusselse gemeenten. Via de firma Kulturama werden 150 affiches verspreid doorheen Brussel, dit gedurende twee weken (week van 17 februari en week van 21 februari 2014)
- Een apart Brusselkrantje met talrijke tips voor een dagje uit naar Brussel: naast uitleg over de activiteiten van de musea kregen de gezinnen tal van tips voor leuke speelplekjes, speciale winkeltjes, lekkere eet- en drankadresjes en verrassende bezienswaardigheden onderweg.
- Het startfeest van Krokuskriebels, tevens een persmoment, vond plaats in het Charliermuseum in Sint-Joost Ten Node. Door dit startfeest in een Brussels museum te organiseren beoogden we extra pers- en publieksaandacht voor het Brusselse museumaanbod. (zie verder)
- Promotionele aandacht voor Krokuskriebels via de eigen mediakanalen van de partners (website, nieuwsbrief, digitale banner,...)

- Vouchers : in samenwerking met 'Dertien' (Vlaamse overheid) en FED+ (Federale overheid) werden wedstrijden uitgeschreven voor hun personeelsleden.
Deelname Vlaamse overheid: 294
Deelname Federale overheid: 198
Met een juist antwoord op een eenvoudige quizvraag maakten de deelnemende ambtenaren kans op een voucher die recht gaf op een gratis bezoek aan een Brussels museum.
- Een belangrijk aandachtspunt werd de media- en communicatiecampagne buiten Brussel om de Vlaamse gezinnen naar Brussel te trekken (zie persdossier). We gebruikten hiervoor speciaal ontworpen advertenties en flyers met extra aandacht voor Brussel.
- De aanmaak van een Brussels welkomstpakket zoals voorzien in de subsidieaanvraag kon omwille van budgettaire redenen niet volledig gerealiseerd worden.

Verspreiding van Brusselkrantjes en flyers via :

- VGC netwerk
- IBO en scholen
- Culturele centra
- Musea (zowel musea die deelnemen aan Krokuskriebels als musea die als extra gezinsactiviteit in het Brusselkrantje vermeld staan)
- Verspreiding van Brusselflyers via Aeolus: van 15/01/2014 tot 15/03/2014 werden op 332 locaties in Vlaanderen ruim 25.000 flyers in displays gelegd.

5. Evaluatie deelname van de musea aan Krokuskriebels

De 17 Krokuskriebelsmusea blikken, in tegenstelling tot de editie van 2012, hoofdzakelijk tevreden terug op hun deelname. 82 % van hen was tevreden met de opkomst, drie musea niet. Een museum had meer publiek verwacht maar legde de oorzaak van de lage opkomst bij de eigen promotie die te laat op gang was gebracht. Een ander museum sprak van een succeseditie voor de activiteiten voor de kleuters maar niet voor het aanbod voor oudere kinderen.

Musea waren vooral tevreden omdat hun deelname extra promotie betekende voor het museum, nieuwe gezinnen over de vloer bracht en de mogelijkheid gaf om nieuwe activiteiten uit te proberen.

Het aparte Brusselkrantje werd gemaakt en vond een grote afzet. Het krantje werd voorbereid door een stagiaire onder supervisie van de Brusselse Museumraad.

De Brusselse musea gaven een positieve score voor lay-out en inhoud. Het krantje gaf een goed overzicht van de deelnemende musea en zette de Brusselse activiteiten extra in de kijker. De krantjes vlogen de deur uit!

De Brusselpagina op de website kon op heel veel bijval rekenen. Het zette de Brusselse musea en hun activiteiten extra in de kijker.

De musea gaven te kennen dat door het project Krokuskriebels effectief meer gezinnen uit Vlaanderen naar Brussel trekken. Dat blijkt ook uit de postcodes die de gezinnen opgaven op de evaluatieformulieren: 60% komt uit Vlaanderen, 40% uit de rand op minder dan 30 km van Brussel.

Gezinnen gaan wel degelijk op uitstap naar Brussel en hebben daar een behoorlijke trip voor over.

Het is voor velen onder hen niet de eerste keer dat ze Brussel verkennen maar Krokuskriebels is een stimulans om op uitstap te gaan en het Brusselkrantje bleek voor 1 op de 2 gezinnen een handig instrument bij hun planning van de uitstap.

Ondanks het feit dat veel Vlaamse gezinnen hun weg vinden naar de Brusselse musea merken diezelfde musea nog meer interesse bij de Franstalige gezinnen, een belangrijke doelgroep in een meertalige stad. Brusselse musea mikken op een divers en meertalig publiek en vinden het dan ook een gemiste kans dat het Brusselkrantje en de flyers niet tweetalig werden aangeboden.

We zijn erin geslaagd om Brussel in het kader van het Krokuskriebelsproject op de kaart te zetten!

De Brusselse musea registreerden 2.119 effectieve deelnemers, op het eerste gezicht een daling tegenover de vorige editie. Maar is dit wel zo? Want dit cijfer vraagt om duiding:

1. Bij de registratie van het aantal deelnemers botsten we op de grenzen van publieksregistratie in het museale veld. Want niet elk museum heeft even gedetailleerd en accuraat zijn deelnemers kunnen registreren. Kassasystemen blijken niet aangepast te kunnen worden aan de specifieke kortingsacties eigen aan Krokuskriebels. Musea gaven vaak enkel het aantal deelnemende kinderen door of enkel het aantal gezinnen.
2. Met deze editie 'verplichtten' we de musea om sowieso een doorlopend aanbod te voorzien, en niet enkel met activiteiten of workshops op reservatie te werken. Dit om de laagdrempeligheid van het evenement te garanderen. Voor gezinnen (zeker met kleine kinderen) is het immers niet evident om lang op voorhand te reserveren of om te beslissen aan welke activiteit men zal deelnemen. Voor een balie-medewerker is het echter wel veel eenvoudiger om het aantal deelnemers van een activiteit

op reservatie te registreren, dan om gezinnen te herkennen en te registreren die als 'gewone' bezoeker het museum bezoeken en van het doorlopend aanbod gebruik maken.

We dachten op dit probleem te anticiperen door gebruik te maken van de toegangsstickers: ieder gezinslid zou één sticker opgeplakt krijgen. Het zou dan volstaan om nadien de lege stickervellen te tellen aan het onthaal om snel te kunnen berekenen hoeveel bezoekers in het kader van Krokuskriebels het museum bezochten. Maar de stickers bleken enorm aantrekkelijk te zijn; en sommige volwassenen en kinderen kregen meerdere stickers. De stickers als telmiddel schoten dus hun doel voorbij.

Naar een volgende editie toe blijft het zoeken naar en het implementeren van een sluitend telsysteem een voorwaarde. We willen uiteraard met correcte cijfers aan de overheid aantonen dat Krokuskriebels een toekomst heeft en het project een belangrijke relevantie blijft behouden, getuige ook de evaluatie van de musea en de deelnemers zelf.

Een aantal grote Brusselse musea deden om diverse redenen ook niet mee. Dit heeft sowieso zijn impact op het totaalplaatje.

Toch blikken wij, en ook de Brusselse musea, tevreden terug op dit project.

Het meten van het succes van het project doen we met de stuurgroep op basis van talrijke factoren, waarvan bezoekersaantallen een onderdeel vormen maar ook de zeer hoge tevredenheid van zowel musea als gezinnen is een niet te onderschatten succesfactor en een belangrijk kwaliteitslabel.

De verdere analyse van deelname van de Brusselse musea is gelijklopend met de andere deelnemers en de resultaten hiervan werden opgenomen in de evaluatie verderop.

STARTFEEST(PERSMOMENT) KROKUSKRIEBELS

Wanneer

zaterdag 1 maart 2014

Waar

Charliermuseum, Sint-Joost Ten Node

Doel

Het startmoment heeft als doel persaandacht te genereren voor het Krokuskriebelsproject. Door het persmoment aan te bieden als een Krokuskriebelsactiviteit laten we de pers meteen proeven van Krokuskriebels. Doen en ondervinden zegt meer dan dikke persdossiers met tekst en uitleg.

Programma

| | |
|------------|--|
| Vanaf 14u | Onthaal met thee |
| 14u-14u45 | Ganzenbordspel: ontdekkingstocht doorheen het museum |
| 14u45-15u | Thee Invité: dansvoorstelling voor kleuters door Alexandra Meijer van Keskie Space, kunst op locatie |
| 15u-15u45 | Ganzenbordspel: ontdekkingstocht doorheen het museum voor kinderen van 6-12 jaar |
| 15u45-16u | Thee Invité: dansvoorstelling |
| 16u | Vieruurtje met theedegustatie |
| Doorlopend | Tekenen: spiegels en woorden van zilver en glas |

Uitnodiging

Vormgeving



Uitnodiging GRATIS Startfeest Krokuskriebels

Zaterdag 1 maart 2014 tussen 14u00 en 17u00

Charliermuseum

Kunstaan 16, 1210 Brussel (Sint-Joost-ten-Node)
www.charliermuseum.be

**Deelname is gratis
maar inschrijven is noodzakelijk!**

Mail voor woensdag 26/02/2014
het aantal deelnemende volwassenen
en kinderen (+ leeftijd)
naar krokuskriebels@gezinsbond.be

Ook wie geen lid is van de Gezinsbond
is van harte welkom!



Over Krokuskriebels

Tijdens de Krokusvakantie nodigt de Gezinsbond ouders en grootouders, kinderen en kleinkinderen (tussen 3 en 12 jaar) uit om samen deel te nemen aan tal van activiteiten in zo'n 100 musea in Vlaanderen en Brussel. Uitdagende rondleidingen, creatieve workshops, zinderende zoektochten of meeslepende vertellingen... Het kan allemaal!

Krokuskriebels sluit zich dit jaar aan bij "The Campaign for drawing", een internationale campagne die jong en oud enthousiast wil maken voor het tekenen.

Gezinnen die de Brusselse Krokuskriebelsmusea bezoeken, krijgen extra tips voor een dagje uit in Brussel: leuke speelplekjes, lekkere eet- en drankresjes en verrassende bezienswaardigheden onderweg.

Meer info op www.krokuskriebels.be
Je kan op de website ook een gratis krantje bestellen met alle Brusseltips.

Programma

Vanaf 14u00 **Onthaal met thee** voor groot en klein!

14u00 - 14u45
&
15u00 - 15u45 **Ganzenbordspel: open je ogen, kijk om je heen ... en ontdek het museum** voor kinderen van 6 tot 12 jaar

Speel het speciale ganzenbordspel en ga op zoek naar kunstvoorwerpen en schatten die ergens in het Charliermuseum te vinden zijn. Kijk goed want soms schuilt de hirt in een klein hoekje.

14u45 - 15u00
&
15u45 - 16u00 **Thee Invité (muziek en dans)** voor kinderen van 4 tot 7 jaar

Met een artistieke knipoog mixt deze voorstelling hedendaagse dans met een tocht door het museum. Tenuil we je van kamer tot kamer leiden, leer je de dansers en de verzameling van het Charliermuseum kennen. Kijk goed om je heen, soms op je knieën, soms...

16u00 **Vieruurtje met theedegustatie** voor groot en klein!

Doorlopend **Tekenen: Spiegels en woorden van zilver en glas...** voor groot en klein! Laat jullie fantasie de vrije loop bij de sierlijke glazen, zilveren koffiepoten, zoutvaatjes, suikerstrooiers. Voor één keer mogen jullie op de vitrinekasten tekenen en zelfs een eigen museumgedicht schrijven!



**Tips om te doen
voor of na het startfeest**

Speelgondelmuseum
Verenigingstraat 24, 1000 Brussel

Weraanlepark: speeltuin + huvette

Theehuis 1:Heure Bleue
Kunstaan 12, 1210 Brussel (Sint-Joost-ten-Node)
www.theehuis1.be

Op zaterdag open van 10u00 tot 12u30

www.krokuskriebels.be

Een organisatie van



In fijne samenwerking met



Charliermuseum

Kunstaan 16
1210 Brussel (Sint-Joost-ten-Node)
www.charliermuseum.be

Met de trein

Uitstappen in station Brussel Centraal
+ 10 minuten stappen of metro nemen

Met de metro

Vanaf treinstation Brussel-Centraal: metrolijn 5
richting Hermann-Dobroux of lijn 1 richting
Stockel halte Rans/Wet + 5 minuten stappen.

Vanaf treinstation Brussel-Zuid of vanuit
metrohalte Simonis (Koekelberg: metrolijn 2 of 6,
halte Madou)

Met de auto

Een parking aan het museum, met een publieke
parking: Scalpje in: Scalluinstraat 57, Sint-Joost-
ten-Node (straat naast Madouteren). Van daar
maximum 10 minuten te voet naar het museum.

Vind ons leuk op facebook

Alle perscontacten kregen een uitnodiging voor dit startfeest. Via tal van kanalen (website, katern, mailings, facebook, persoonlijke uitnodigingen naar vrijwilligers van de Gezinsbond, partnerorganisaties, ...) werden ook de gezinnen uitgenodigd. Het startfeest was volledig gratis.

Evaluatie

Het startfeest kon rekenen op een mooie opkomst van gezinnen met kinderen (28 gezinnen: 46 volwassenen, 57 kinderen: 12 gezinnen kwamen uit Brussel, 12 gezinnen uit Vlaams-Brabant, 3 gezinnen uit de provincie Antwerpen en 1 gezin uit Oost-Vlaanderen). Op basis van de ingevulde evaluatieformulieren evenals reacties van bezoekers ter plekke, werden zowel activiteiten, ontvangst als setting goed tot zeer goed geëvalueerd.

De persaandacht was jammer genoeg eerder beperkt (reporter van Brussel Deze Week).

Dit kon de pret zeker niet bederven, getuige deze foto's!



FOTO'S

Van musea

Van startmomenten

Krokuskriebels 2016

KROKUSKRIEBELSMUSEA

Aantal deelnemende musea

Totaal: 94

15,6 % van de musea nam voor het eerst deel (N: 15) (vet gedrukt in onderstaande tabel)

PROVINCIE ANTWERPEN (N: 21)

| | |
|----------------------|--|
| Antwerpen | Museum Plantin-Moretus |
| Antwerpen | FotoMuseum Provincie Antwerpen |
| Antwerpen | Paleis op de Meir |
| Antwerpen | Museum Rockoxhuis |
| Antwerpen | Museum Mayer van den Bergh |
| Antwerpen | MAS, Museum aan de Stroom |
| Antwerpen | M HKA - Museum Hedendaagse Kunst Antwerpen |
| Antwerpen | Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen |
| Antwerpen | Middelheimmuseum |
| Antwerpen | Nationaal Museum van Douane en Accijnzen |
| Antwerpen | Muziekmuseum Vleeshuis |
| Deurne | Zilvermuseum Sterckshof |
| Geel | Gasthuismuseum Geel |
| Herentals | Hidrodoe |
| Lier | Stedelijk Museum Wuyts-Van Campen en Baron Caroly |
| Mechelen | Stedelijke Musea Mechelen |
| Mechelen | Speelgoedmuseum Mechelen vzw |
| Schildre | Museum Albert Van Dyck |
| Sint-Katelijne-Waver | 't Grom – Het Groentemuseum |
| Turnhout | Natuurpunt Museum |
| Weert | De Zilverreiger vzw – Vlechtmuseum van Klein-Brabant |

BRUSSEL (N: 17)

| | |
|--------------------------------------|---|
| Brussel | Experience Brussels! - BIP |
| Brussel | Bozar en het Koninklijk Museum voor Midden-Afrika |
| Brussel | Museum van de Stad Brussel - Broodhuis |
| Brussel | MIM, Muziekinstrumentenmuseum |
| Brussel | Librarium |
| Brussel | Autoworld |
| Brussel | Coudenberg-Voormalig paleis van Brussel |
| Brussel | art & marges museum |
| Brussel | Museum Hallepoort |
| Brussel | BELvue Museum |
| Brussel | Museum voor brieven en manuscripten |
| Brussel – Anderlecht | Het Erasmushuis |
| Brussel – Elsene | Museum van Elsene |
| Brussel - Etterbeek | Politiemuseum |
| Brussel-Evere | Brussels Museum van de Molen en de Voeding |
| Brussel – Sint-Joost-ten-Node | Charliermuseum |
| Brussel - Ukkel | Van Buuren Museum |

PROVINCIE LIMBURG (N:11)

| | |
|----------------|--------------------------------|
| Beringen | Mijnmuseum |
| Hasselt | Abdijsite Herkenrode |
| Hasselt | Modemuseum Hasselt |
| Hasselt | Z33, Huis voor actuele kunst |
| Hasselt | Het Stadsmus |
| Hasselt | Literair Museum Hasselt |
| Maaseik | Musea Maaseik |
| Neerpelt | Klankenbos |
| Peer | Museum voor Muziekinstrumenten |
| Sint-Truiden | museum DE MINDERE |
| Tongeren | Gallo-Romeins Museum |

PROVINCIE OOST-VLAANDEREN (N: 18)

| | |
|--------------------|--|
| Aalst | Netwerk / Centrum voor hedendaagse kunst |
| Aalst | 't Gasthuys- Stedelijk Museum Aalst |
| Eeklo | Provinciaal Domein Het Leen |
| Ename | Provinciaal Erfgoedcentrum |
| Gent | Design museum Gent |
| Gent | STAM - stadsmuseum Gent |
| Gent | Provinciaal Cultuurcentrum Caermersklooster |
| Gent | Museum voor Dierkunde-Universiteit Gent |
| Gent | S.M.A.K. |
| Gent | Museum voor Schone Kunsten |
| Gent | Museum Dr. Guislain |
| Gent | MIAT |
| Gent | Het Huis van Alijn |
| Gent | De Wereld van Kina: Het Huis |
| Kruishoutem | Europees Cartoon Centrum |
| Oudenaarde - Ename | Provinciaal Archeologisch Museum Ename |
| Sint-Niklaas | STeM |
| Wachtebeke | Mola - Het Provinciaal Molencentrum |

PROVINCIE WEST-VLAANDEREN (N: 20)

| | |
|------------------------|------------------------------------|
| Blankenberge | Belle Epoque Centrum |
| Brugge | Sint-Janshospitaal |
| Brugge | Volkskundemuseum |
| Brugge | Groeningemuseum |
| Harelbeke | Peter Benoitmuseum |
| Izegem | Stedelijke Izegemse Musea |
| Jabbeke | Permekemuseum |
| Knokke-Heist | Sincfala, Museum van de Zwinstreek |
| Koksijde-Oostduinkerke | NAVIGO - Nationaal Visserijmuseum |
| Koksijde-Oostduinkerke | Abdijmuseum Ten Duinen 1138 |
| Kortrijk | Kortrijk 1302 |

| | |
|------------------------|------------------------|
| Oostende | Mu.ZEE |
| Oostende | Mu-zee-um vzw |
| Oostende | Fort Napoleon |
| Poperinge | Hopmuseum Poperinge |
| Poperinge | Talbot House |
| Veurne | Kasteel Beauvoorde |
| Veurne | Bakkerijmuseum |
| Wervik | Nationaal Tabaksmuseum |
| Zonnebeke - Passendale | De Oude Kaasmakerij |

PROVINCIE VLAAMS-BRABANT (N: 7)

| | |
|------------------|--|
| Diest | Stadsmuseum 'De Hofstadt' |
| Drogenbos | FeliXart Museum |
| Gooik | Volksinstrumentenmuseum |
| Grimbergen | Het MOT (Museum voor de Oudere Technieken) |
| Hofstade-Zemst | Sportimonium vzw |
| Meise | Plantentuin |
| Tienen | Erfgoedsite Tienen |

Volgende musea lieten weten om diverse redenen niet te kunnen participeren aan Krokuskriebels:

- Wiels, Centrum voor hedendaagse kunst, Vorst
- Red Star Line Museum, Antwerpen
- Kasteel van Horst, Holsbeek
- Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis, Brussel
- Koninklijk Legermuseum, Brussel
- Koninklijke Musea voor Schone Kunsten van België, Brussel
- Museum van de Nationale Bank, Brussel
- Villa Empain, Elsene
- Provinciaal Archeologisch Museum Velzeke
- Diamantmuseum Antwerpen
- Stedelijke Musea Dendermonde
- In Flanders Fields Museum, Ieper

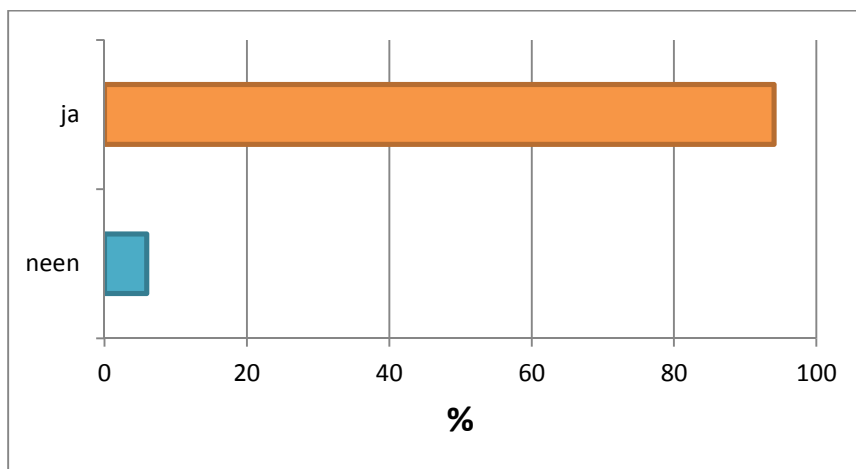
Evaluatie deelname Krokuskriebels door musea

Aan alle musea werd een vragenlijst opgestuurd waarin zij hun mening konden geven over de voorbije editie van Krokuskriebels. De vragen betreffen verschillende aspecten van het project.

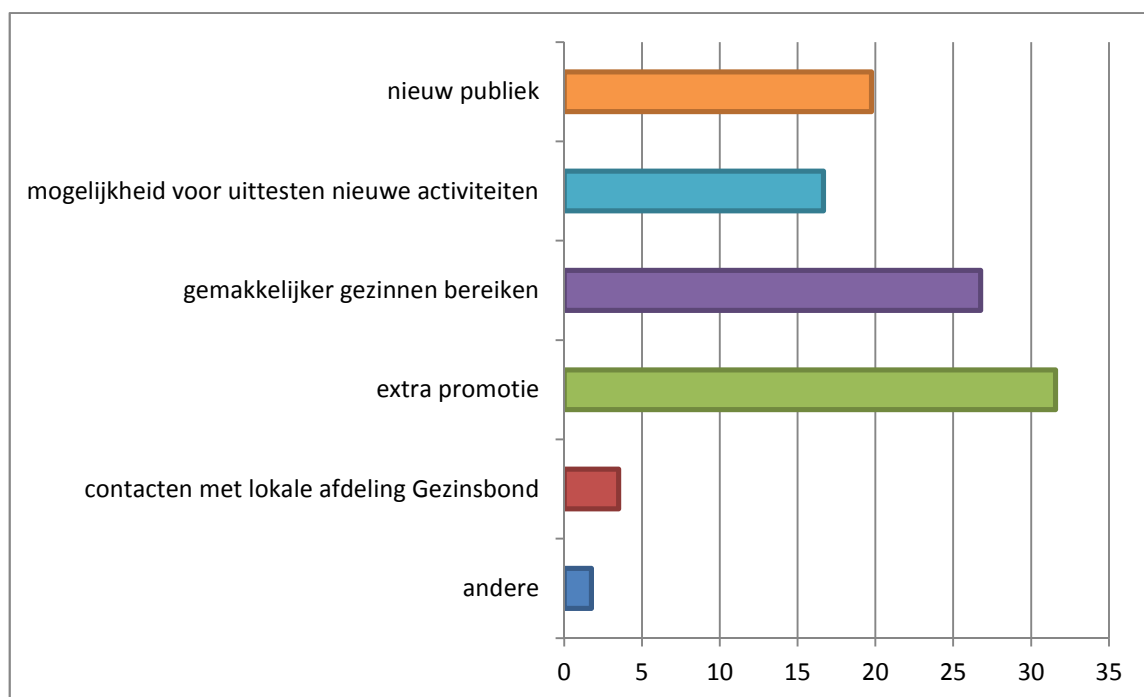
92% van de Krokuskriebelsmusea vulden de vragenlijst in.

1. ALGEMENE INDRUK

Ben je tevreden over de voorbije editie van Krokuskriebels? (Meerdere antwoorden mogelijk)



De tevredenheid van de musea is zeer hoog. Niet enkel de promotie voor het eigen museum speelt hierbij een doorslaggevende rol. Ook andere factoren zijn van wezenlijk belang:



Andere?

- Mogelijkheid tot samenwerking met ‘welzijnsschakel’ waardoor de mogelijkheid gecreëerd werd om kansengroepen te bereiken.
- Krokuskriebels biedt een extra mogelijkheid om inwoners van de eigen gemeente en de lokale scholen te motiveren voor een bezoek.
- Zeer veel kinderen die met hun ouders op bezoek kwamen. Een nooit eerder gezien fenomeen.

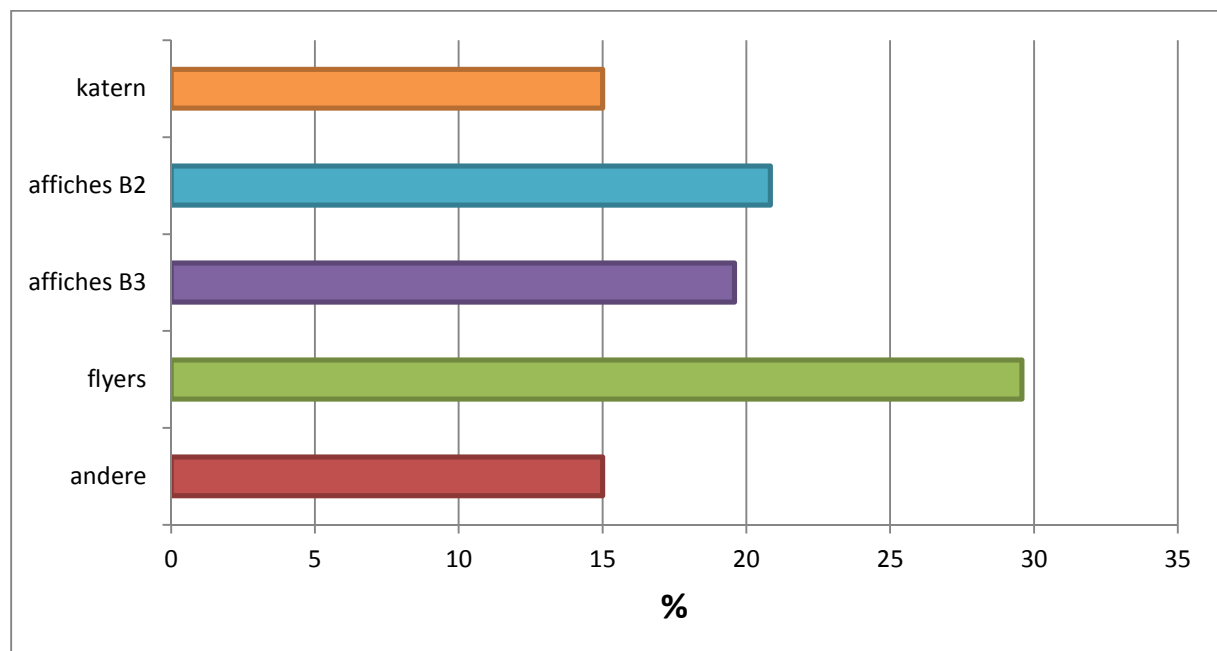
Een museum verwoordde deze tevredenheid als volgt:

“Krokuskriebels is een feest. Het is steeds weer genieten van die blije en vrolijke snoetjes!”

Enkele deelnemende musea waren niet echt tevreden over de voorbije editie van Krokuskriebels. De musea in Aalst kampten met het carnavalgebeuren in de stad waardoor zij niet de hele krokusvakantie hun deuren konden openzetten. Dit heeft natuurlijk een negatief effect op de opkomst. Het Museum voor Dierkunde van de UGent meldde dat een aanzienlijk aantal ouders geen rekening hielden met de opgegeven leeftijdsgrenzen. Zij overschatten hierbij de capaciteiten van hun lieve ukken. Hierdoor kreeg het museum te veel gezinnen met te jonge kinderen over de vloer. Achteraf kreeg de verantwoordelijke steevast maar onterecht de opmerking van diezelfde ouders dat de activiteit niet op maat van de kinderen was...

2. PROMOTIEMATERIALEN EN PERSAANDACHT

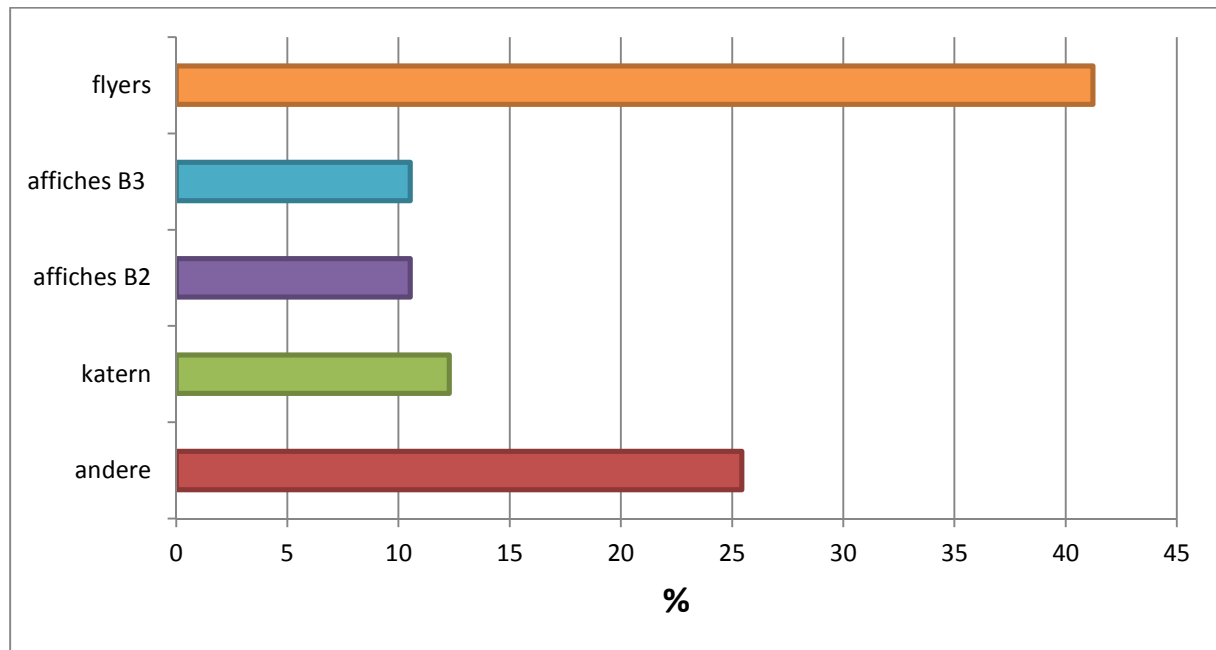
Welk promotiemateriaal heb je gebruikt voor de promotie van je eigen aanbod?



Andere?

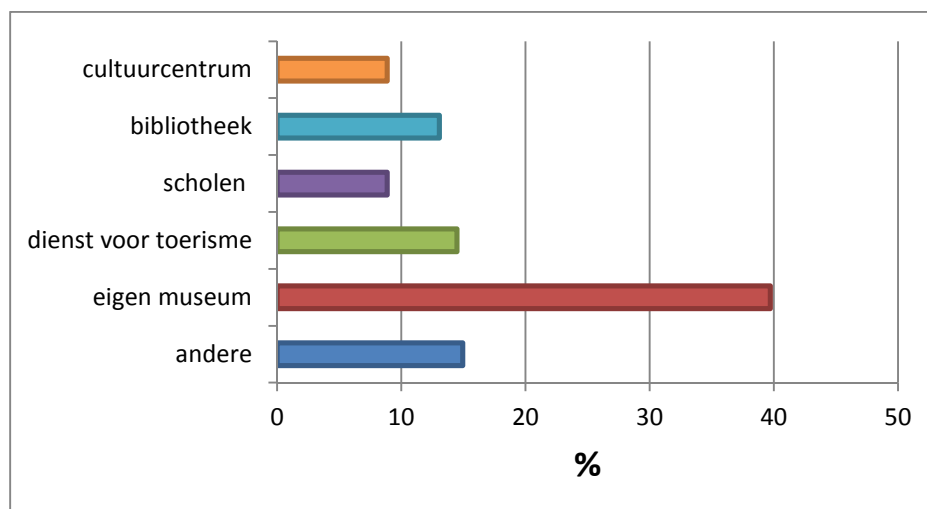
- Mailings
- Opvallend veel musea ontwikkelden een eigen flyer of affiche voor eigen publiciteit. Brusselse musea maakten deze materialen aan in het Nederlands en het Frans.
- Eigen magazine van het museum
- Een originele manier van promotie voeren: een groot scherm in het museum!

Welk promotiemateriaal heb je het meest gebruikt voor de promotie van je eigen aanbod?



Vooral de flyers kenden een grote afzet maar ook de gepersonaliseerde materialen werden gretig gebruikt voor eigen promotie.

Op welke locaties heb je promotie gevoerd?

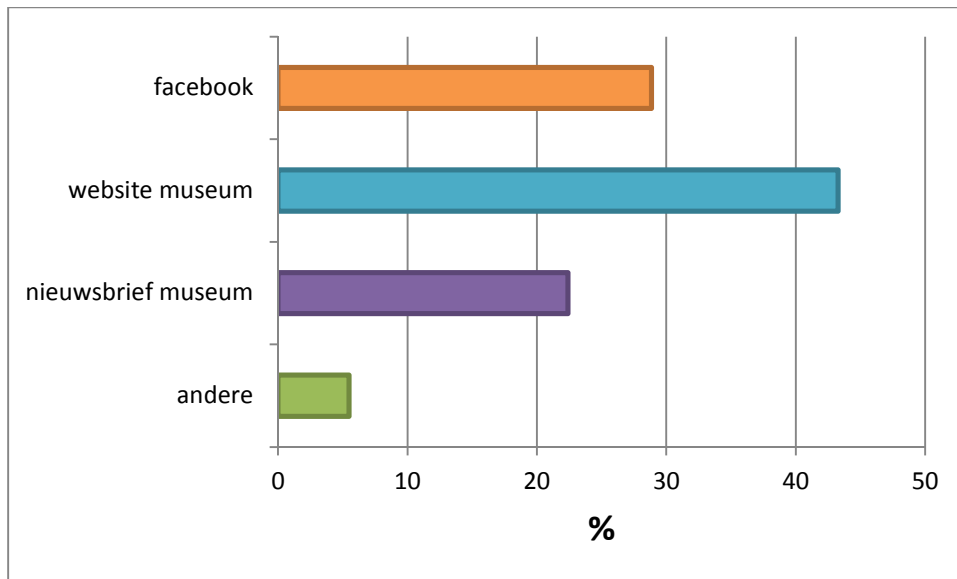


Musea voeren bij voorkeur reclame in eigen huis, in mindere mate verspreiden zij hun materialen in de nabije of verre omgeving.

Andere?

- Lokale handelaars en horeca
- Gemeentelijke diensten (jeugddienst) en gebouwen (sporthal, zwembad, .muziekschool,...)
- Bij particulieren
- Andere verenigingen en organisaties
- De gemeente- of stadskrant, lokaal UITmagazine

Welke digitale kanalen heb je ingezet om promotie te voeren?



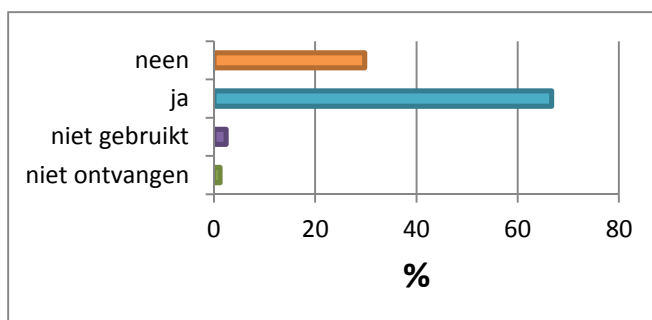
Andere?

- Intranet van de gemeente/stad
- Andere websites (wattedoen, agenda.be, online agenda's, stad, gemeentelijke website)
- Digitale borden in de gemeente, lichtkrant
- Nieuwsbrieven van andere verenigingen

Heb je de facebookpagina van Krokuskriebels 'geliked'?

64% van de musea die via facebook hun activiteiten de wereld instuurden, vonden ook de facebookpagina van Krokuskriebels leuk. Noch teveel musea echter (36%) deden dit jammer genoeg niet.

Vond je het aanbod van badges voor de museummedewerkers een goed en bruikbaar idee?

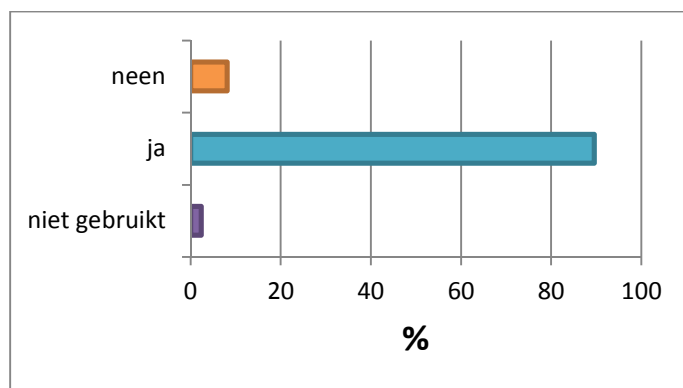


De badges voor de museummedewerkers kregen veel bijval. Het maakte de medewerkers herkenbaar voor de gezinnen als aanspreekpunt. De baliemedewerkers en zaalwachters voelden zich hierdoor meer betrokken bij het project.

Voor musea met een eigen badge was het dragen van de KKbadge geen optie. Musea hanteren hiervoor strenge regels.

Voor kleine musea is het gebruik volgens sommigen niet echt relevant. Anderen twijfelden dan weer aan de meerwaarde van het gebruik van de badge.

Vond je het aanbod van stickers voor de deelnemende gezinnen een goed en bruikbaar idee?



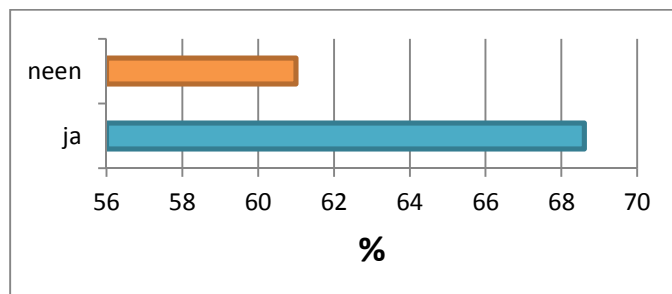
De stickers waren een succesverhaal. De kinderen vonden het super. Men kreeg hierdoor een instant feestgevoel en het werd al gauw een collectorsitem.

Zo waren ook de gezinnen herkenbaar voor de museummedewerkers en werd de actie extra in de verf gezet. De Krokuskriebelsgezinnen vielen op! Het had zelfs effect op de andere bezoekers die hierdoor Krokuskriebels leerden kennen.

Veel musea gebruikten de stickers als toegangsticket voor de workshops met reservatie.

De stickers gebruiken als een alternatieve manier om de bezoekersaantallen te meten is niet voor herhaling vatbaar wegens geen goede optie.

Ben je een kijkje gaan nemen op www.krokuskriebels.be?

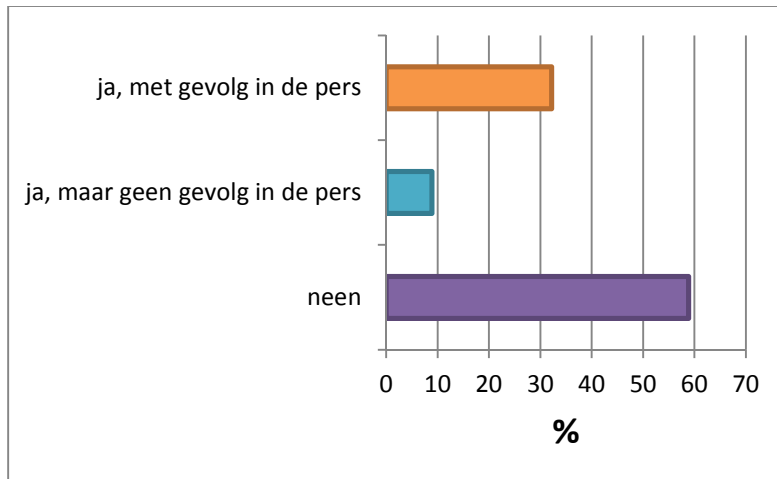


Slechts 69% van de deelnemende musea ging zelf een kijkje nemen op de website van Krokuskriebels. Dit is een te laag percentage. Bij een volgende editie moeten we alle musea actief aansporen om hun eigen activiteit op te sporen op de website. Dit kan als een ultieme controle dienen voor de correctheid van de informatie.

De musea die surfen naar www.krokuskriebels.be waren overwegend positief over de volledige vernieuwde site. Zij waren ook kritisch voor sommige onderdelen en gaven waardevolle suggesties voor verbetering.

We houden hier zeker rekening mee.

Heb je voor de promotie van je aanbod zelf contact gezocht met de pers?



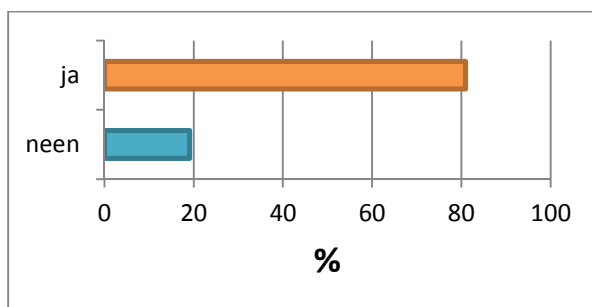
Heel wat musea rekenen duidelijk op de promotiecampagne gecoördineerd en uitgewerkt door de Gezinsbond. Deze campagnes richten zich echter vooral op het nationaal en bovenlokaal niveau.

Deelname aan culturele activiteiten blijft echter nog steeds vooral een lokaal gebeuren (30km principe) waardoor het wel degelijk loont om een lokale perslijst aan te leggen en deze aan te spreken voor deze grootschalige actie. Dit blijkt ook uit bovenstaande tabel. Musea die hun lokale perscontacten aanschreven kregen doorgaans aandacht op regionale pagina's van kranten, lokale radio- en televisiezenders.

Aandacht voor gerichte promotie wordt een actiepunt bij een volgende editie van Krokuskriebels.

3. PUBLIEK

Was je tevreden over de opkomst tijdens Krokuskriebels?

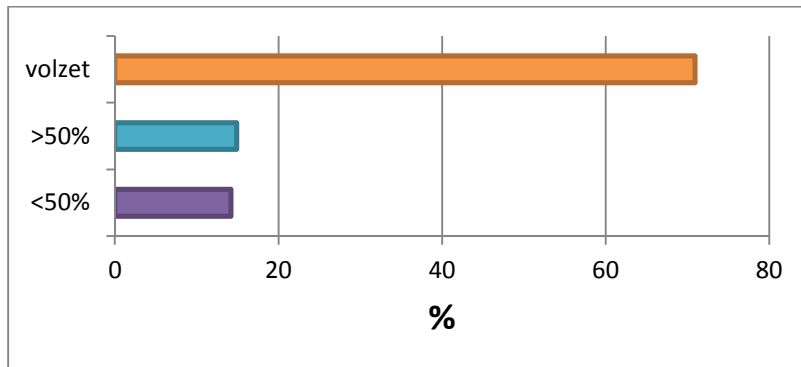


De tevredenheid over de voorbije editie van Krokuskriebels is opmerkelijk hoog en bleek al uit de peiling naar de algemene indruk over het project. Krokuskriebels biedt de deelnemende musea heel

wat kansen. Toch worden er ook enkele kritische bedenkingen geformuleerd die we zeker moeten au sérieux nemen.

Niet iedereen was tevreden over de opkomst in het eigen museum. Lag het aan het goede weer? Aan de eigen promotie die fout gelopen is? Aan te weinig ervaring met dit soort projecten? De redenen die musea hiervoor opgeven zijn divers. Enkele musea die zowel een doorlopend aanbod hadden als workshops met reservatie stelden vast dat vooral deze laatste activiteiten succes kenden. Misschien spelen gezinnen op veilig als ze kunnen kiezen?

Indien je activiteiten organiseerde met reservatie. Hoe was telkens de bezettingsgraad?



Heel wat musea (53%) moesten geïnteresseerden weigeren maar ook heel wat musea hoefden dit niet te doen (47%).

4. AANBOD

Onthaal

Musea haalden hun meest creatieve ideeën uit de kast om gezinnen op een originele, kriebelende manier te ontvangen. Een greep uit de meest originele ideeën:

- Een grasveld in de hal vol met krokusjes
- Sporen op de vloer die leiden naar de tentoonstelling
- Een balie letterlijk op kindermaat
- Carnaval = krokusvakantie = Krokuskriebels: kinderen werden aangespoord om verkleed naar het museum te komen. Wie zich het in mooiste verkleedkleed had gestoken kreeg een leuke verrassing.

Naast een ontvangst aan de dagelijkse balie duiden heel wat musea een speciale medewerker aan als aanspreekpunt. De krokuskriebelsbadge kwam hierbij goed van pas! Gezinnen werden ook getraceerd op een hapje en een drankje of een hebbedingetje als aandenken aan een leuke dag.

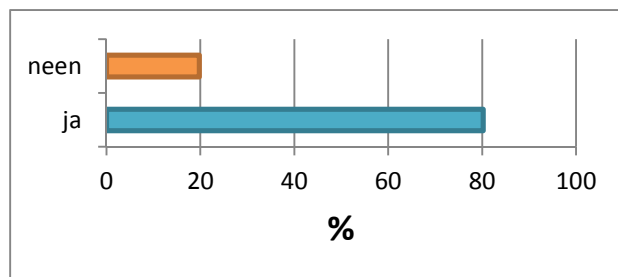
Kleuteraanbod

Maar liefst 50% van de musea organiseerden één of meerdere activiteiten voor kleuters. De tevredenheid hierover was enorm. Kleuters blijken superenthousiaste deelnemers te zijn. Ouders en grootouders hielpen hen maar wat graag en dat gaf een enorm samenhangsgevoel.

Heel wat kleuters namen deel aan Krokuskriebels (34%) en dan is het enkel maar toe te juichen dat het aanbod voor deze doelgroep zo enorm en veelzijdig is. Ouders vonden het steevast een unieke en leuke belevenis.

5. GEZINSVRIENDELIJKE WERKING VAN HET MUSEUM

Had je vóór Krokuskriebels reeds een permanent aanbod voor gezinnen?



Heeft Krokuskriebels hier een impact op?

Krokuskriebels blijkt een project dat aanzet tot nadenken over het eigen aanbod, herwerken en onder de loep nemen van bestaande gezinsactiviteiten. Het ingebed zitten in een groot evenement biedt vooral ruimte aan experiment. De ervaring wordt meegenomen bij het uitwerken van een permanent aanbod.

Musea die reeds enkele edities deelnemen, stellen dat Krokuskriebels aanvankelijk stimuleerde tot het ontwikkelen van een permanent gezinsaanbod en dat het project blijft versterkende injecties geven.

Heb je iets bijgeleerd over de werking naar gezinnen toe?

Eén op de twee musea antwoordt bevestigend op deze vraag. Enkele opmerkelijke vaststellingen:

- Gezinnen hebben andere prioriteiten, een ander tijdsgebruik en verwachten een kindvriendelijke omgeving.
- Het taalgebruik van gezinnen is anders.
- Het is belangrijk om het gezin als een geheel te zien om samen iets te doen. Gezinnen zijn altijd op zoek naar nieuwe en ludieke activiteiten. Het blijft echter een uitdaging om voor elk wat wils en op maat te creëren.

- Vooraf duidelijk communiceren wat van gezinnen verwacht wordt. Het effectief 'samen doen' is ook vaak voor de ouders een verrassende en voor hen nieuwe aanpak.

Welke feedback zou je van collega-musea willen krijgen in verband met gezinsvriendelijke publiekswerking en activiteiten?

Musea vragen aan elkaar vooral input van leuke en succesvolle gezinsactiviteiten. Ervaringen uitwisselen over activiteiten, audio-visuele middelen, publiekswerking in het algemeen staan op nummer 1. Welke strategie en aanpak loont om musea voor gezinnen aantrekkelijker te maken en hoe ga je te werk om je aanbod aan te passen aan verschillende doelgroepen binnen een gezin. Hoe voorkom je dat ouders de activiteit naar hun hand zetten? Hoe kan je met beperkte middelen en personeel een zo ruim mogelijk aanbod, communicatie en kindvriendelijk onthaal realiseren?

6. SAMENWERKING MET DE GEZINSBOND

Heb je voor Krokuskriebels contact gezocht met een afdeling van de Gezinsbond?

Slechts een kleine groep musea nemen een afdeling van de Gezinsbond onder de arm om vooral samen promotie te voeren voor het eigen Krokuskriebelsaanbod.

7. WIL JE NOG IETS KWIJT...

Enkele kritische opmerkingen van musea stemmen tot nadenken en worden aan de stuurgroep voorgelegd:

- In verhouding tot het resultaat vraagt een deelname aan Krokuskriebels heel veel werk van het museum
- We opteren bij de keuze van titels bij de activiteiten voor duidelijkheid zodat de ouders correct geïnformeerd worden: familiespel, kijk- en doeboekje, ... We moesten deze titels echter op vraag van de coördinatie veranderen en prikkelender maken maar kregen de indruk dat hierdoor de ouders 'de weg kwijt waren'. We hadden liever onze functionele titels behouden en vragen ons af in hoeverre we moeten ingaan op suggesties van de stuurgroep?
- Er komt heel wat bij kijken: strenge controle, moeilijk om aan alle voorwaarden te voldoen, zeker voor een klein museum met beperkte financiële middelen.
- Deelname vraagt toch wel een investering die zich niet steeds terugverdient door de lage prijzen die moeten gehanteerd worden.
- Het is een heel moeilijke oefening om ook de workshops volledig gratis aan te bieden.
- Vooral de promotie door de Gezinsbond zelf is belangrijk. De actie is toch vooral interessant voor leden van de Gezinsbond en die kunnen wij als museum zelf niet bereiken.

PROMOTIEMATERIALEN

Voor deze editie van Krokuskriebels boden we gratis verschillende materialen aan.

→ Digitale banner

Gebruik: mails, digitale nieuwsbrieven, websites

→ Flyers

- **Papier** :: zes versies met telkens verschillende figuren werden ontwikkeld met op de versozijde algemene informatie (datum en oproep tot deelname aan Facebookwedstrijd), een zevende versie werd specifiek ontwikkeld gericht op het Brusselse publiek en activiteitschema: op de versozijde staat promotie voor Brusselse activiteiten en Brusselkrantje.
- **Digitaal** :: zes versies met verschillende opmaak (varianties op huisstijl), mogelijkheid om op versozijde eigen aanbod te vermelden.
- De flyers werden gekoppeld aan een Facebookwedstrijd: wanneer men een foto instuurde met de flyer maakte men kans op een VIP-arrangement in een museum.

→ Affiches

Zes versies zoals de flyers

- B2-formaat
- B3-formaat

→ Krokuskriebelskatern: 16-pagina's extra informatie over Krokuskriebels en een gedetailleerd overzicht van de activiteiten per museum. Dit katern zat als bijlage bij De Bond, de 14-daagse gezinskrant van de Gezinsbond. Datum publicatie: 7 februari 2014

→ Brusselkrantje: 16-pagina-tellend krantje met specifieke informatie over de deelnemende musea in Brussel en de gezinsvriendelijke activiteiten in de perimeters ervan.

→ Visuals: bordkartonnen staanders van 1m op 1m78 die dienden als promomateriaal. Een aantal musea kregen deze ter beschikking (verspreiding: zie onder). De visuals werden gekoppeld aan een Facebookwedstrijd: wanneer men een foto instuurde met de visual kon men kans maken op een VIP-arrangement in een museum.

De visuals zorgden voor een ludieke noot bij het onthaal van de gezinnen.

Afbeelding visual: (Plantentuin Meise)



- ➔ Badges en stickervellen : werden ontwikkeld en ter beschikking gesteld van de musea tijdens Krokuskriebels, respectievelijk voor medewerkers en bezoekers. Doel was enerzijds visibiliteit van Krokuskriebels te verhogen, anderzijds de tellingen van bezoekersaantallen te vergemakkelijken (uitdelen stickers).



→ Vouchers : in samenwerking met 'Dertien' (Vlaamse overheid) en FED+ (Federale overheid) werden wedstrijden uitgeschreven voor hun personeelsleden.

Deelname Vlaamse overheid: 294

Deelname Federale overheid: 198

Met een juist antwoord op een eenvoudige quizvraag maakten de deelnemende ambtenaren kans op een voucher die recht gaf op een gratis bezoek aan een Brussels museum.

De visuals en flyers werden gekoppeld aan een Facebookwedstrijd: wanneer men een foto instuurde van zichzelf met de visual/flyer kon men kans maken op een prijs.

- Museumbezoek: winnaars 1 en 2 kregen een gratis VIP-arrangement voor het hele gezin voor de nieuwe tentoonstelling "Doe de Prehistorie" in het Gallo-Romeins Museum.
- Boekenpakket: winnaars 3 t/m 10 kregen boeken opgestuurd.

OPLAGE PROMOTIEMATERIALEN:

| | |
|---------------------|--------|
| Flyers | 63.000 |
| Affiches B2-formaat | 750 |
| Affiches B3-formaat | 1.500 |
| Katernen | 985 |
| Brusselkrantje | 20.000 |
| Visuals | 25 |
| Badges | 500 |
| Stickervellen | 2.800 |
| Vouchers | 160 |

Standaard kregen alle musea 10 B2-affiches, 5 B3-affiches en 250 flyers. 15 musea bestelden nog extra hoeveelheden flyers en affiches en katernen. Enkele afdelingen en gewesten van de Gezinsbond bestelden flyers en affiches om in de eigen gemeente Krokuskriebels in de kijker te zetten.

We deden beroep op de firma Aeolus om gedurende 2 maanden (15/01/2014-15/03/2014) 25.000 flyers te verspreiden in de displays op 332 locaties in Vlaanderen.

PROMOFILMPJE

Voor de promotie van het project werd een promofilmje gemaakt door *De Bemanning* dat werd verspreid via Facebook, Youtube, de nieuwsbrief van de Gezinsbond en de Krokuskriebelswebsite.

Via mailings werden de betrokken musea ook uitgenodigd om het promofilmje via hun Facebook en website-kanalen te verspreiden.

Opmerkingen van musea in verband met promotiematerialen:

- Banners: nood bleek te bestaan om over een versie te beschikken die aangepast was aan de websites van de musea.
- Er is vraag naar opdrukfolders in print

PROMOTIE VANUIT GEZINSBOND NAAR VRIJWILLIGERS EN LEDEN

Er was aandacht voor Krokuskriebels in **BraVo!**, het infoblad voor vrijwilligers van de Gezinsbond in de edities van mei, augustus, oktober en december 2013 en januari en mei 2014.

Op **de website voor vrijwilligers** werd uitvoerig aandacht besteed aan het project met een link naar de website van Krokuskriebels en de mogelijkheid om online promotiematerialen te bestellen.

Krokuskriebels werd toegelicht in **de nieuwsbrief voor opvoedingsondersteuning** en in **de algemene digitale nieuwsbrief** van december en januari verzonden naar bijna 49.119 mailadressen. Bij analyse van het lees- en kijkgedrag door de dienst Marcom van de nieuwsbrief van januari bleek dat Krokuskriebels een duidelijke “hit” was (22% van het totale aantal clicks). Uitmuntend beter dan in de editie van december. Mogelijk omdat dit thema in januari actueler was dan in december.

De **educatieve medewerkers van de Gezinsbond** werden uitvoerig ingelicht over Krokuskriebels via mail en info op hun maandelijkse teamvergaderingen. Op hun beurt brachten zij het project ter sprake op **eigen provinciale en gewestelijke vergaderingen en activiteiten**.

In **‘De Bond’**, de 14daagse gezinskrant voor leden van de Gezinsbond (oplage 290.000) werd in verschillende edities duiding gegeven over Krokuskriebels:

20/12/2013: KROKUSKRIEBELS 2014 MUSEA OP GEZINSMAAT. Je komt wat tegen in het museum

10/01/2014: promotionele vermelding op pagina 2

24/01/2014: DE AFSTAND TUSSEN WERELDEN IS KLEINER DAN WE SOMS DENKEN

7/02/2014: extra katern van 16 pagina’s

21/02/2014: KROKUSKRIEBEL IN BRUSSEL. Ontdek de stad voor of na je bezoek + free promo op voorpagina

In de uitzending van **Radio Gezinsbond** op 2 februari 2014 werd Hilde Marichal, coördinator van Krokuskriebels, geïnterviewd over het project.

Krokuskriebels werd kort voorgesteld in de **folder 'Je lidkaart meer waard'**. Deze folder bevat talrijke kortingsacties en werd in het najaar 2013 verspreid naar alle leden-gezinnen en als wervingsfolder gevoegd bij de vraag om betaling van het lidgeld 2014 (oplage ca. 410.000).

Vlieg en uitinvlaanderen

CultuurNet Vlaanderen focust met de vliegcampagne heel sterk op de doelgroep kinderen in gezinsverband. Deze organisatie is dan ook een partner bij uitstek voor Krokuskriebels. Ook bij deze editie van Krokuskriebels boden zij heel wat aandacht aan het project:

- Website van Klasse voor Ouders vanaf 1/03/2014: samen-leuk/Vlieg
- 22/02/2014: Tv-zender Cultuur7
- Femma, tijdschrift: editie maart 2014
- Website Vriendinnen.be: vanaf 27/02/2014
- 28/02/2014: Metro: UIT naar de krokusvakantie
- 27/02 – 9/03/2014: Tip voor kinderen op UITinVlaanderen.be
- Week van 24/02/2014: tip op UITmetVlieg.be
- 26/02/2014: tip in Vliegbrief
- VTM Kzoom: uitzending op 28/02/2014

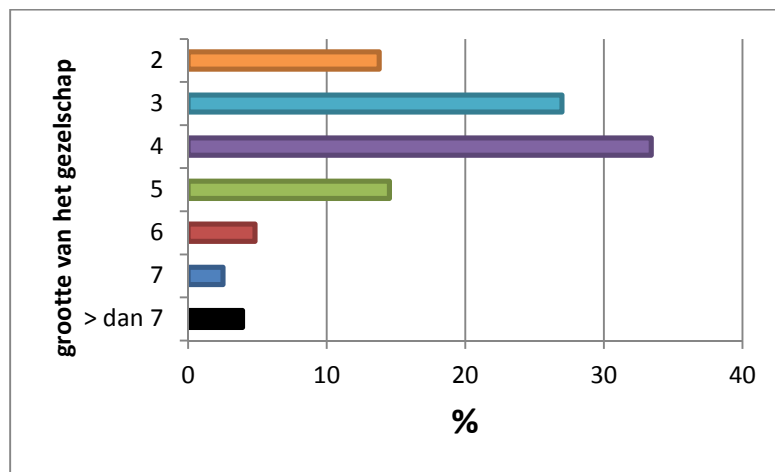
"KROKUSKRIEBELS WIL MET JE PRATEN"

Gezinnen konden na deelname via een vragenlijst hun mening geven over de gevolgde activiteit. Dit kon online via de website van Krokuskriebels of schriftelijk ter plekke in het museum.

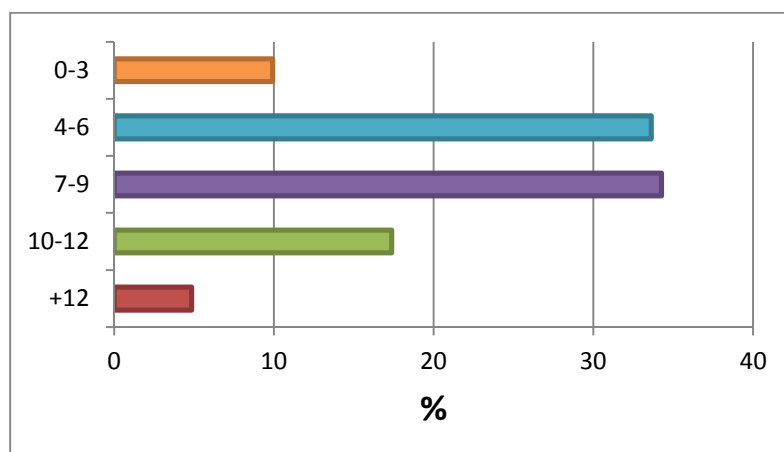
We polsten naar de grootte van het gezelschap, de samenstelling, de leeftijd van de kinderen en de tevredenheid over het aanbod. Als extra stimulans om de formulieren in te vullen kon met vijf keer een pakket van vier filmtickets winnen.

1.348 gezinnen vulden de vragenlijst in. Wij stelden hen de volgende vragen:

Met hoeveel personen bezochten jullie het museum?



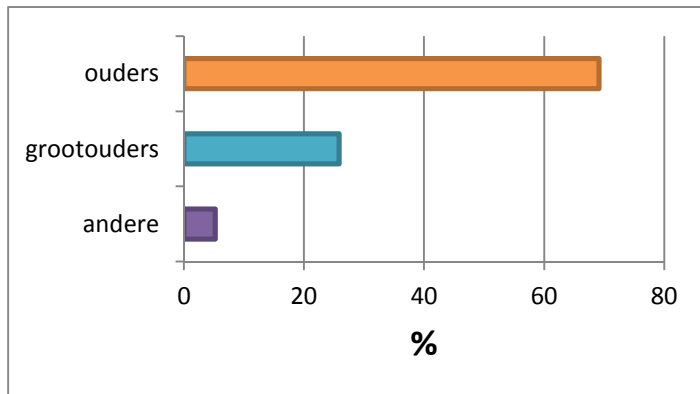
Geef per leeftijdscategorie het aantal personen in jullie gezelschap:



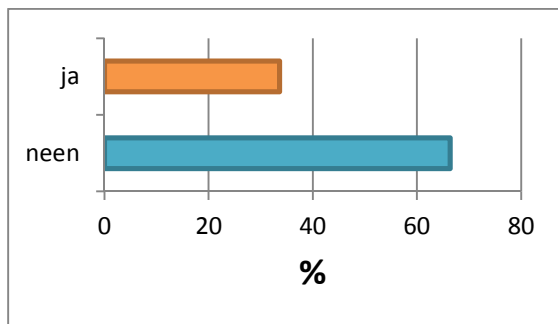
We noteerden in deze tabel enkel de kinderen (0- +12 jaar).

Als we enkel de verhouding volwassenen/kinderen bekijken komen we op 44% volwassenen en 56% kinderen.

Wat is de relatie van de volwassenen uit jullie gezelschap tot de kinderen:

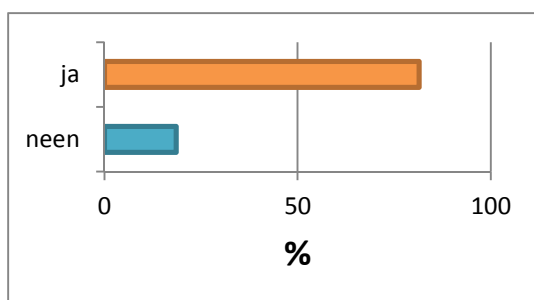


Is het de eerste keer dat jullie als gezin naar een museum gaan?



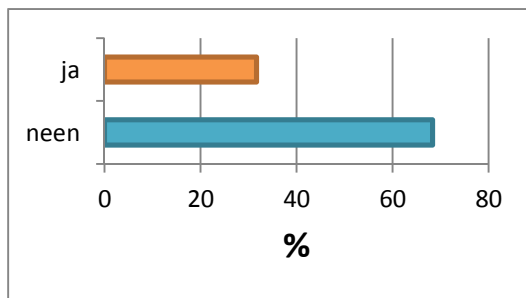
40% van de grootouders gaat voor de eerste keer met de kleinkinderen op stap naar het museum. Voor 31% van de ouders is het hun eerste keer.

Is het de eerste keer dat jullie deelnemen aan Krokuskriebels?

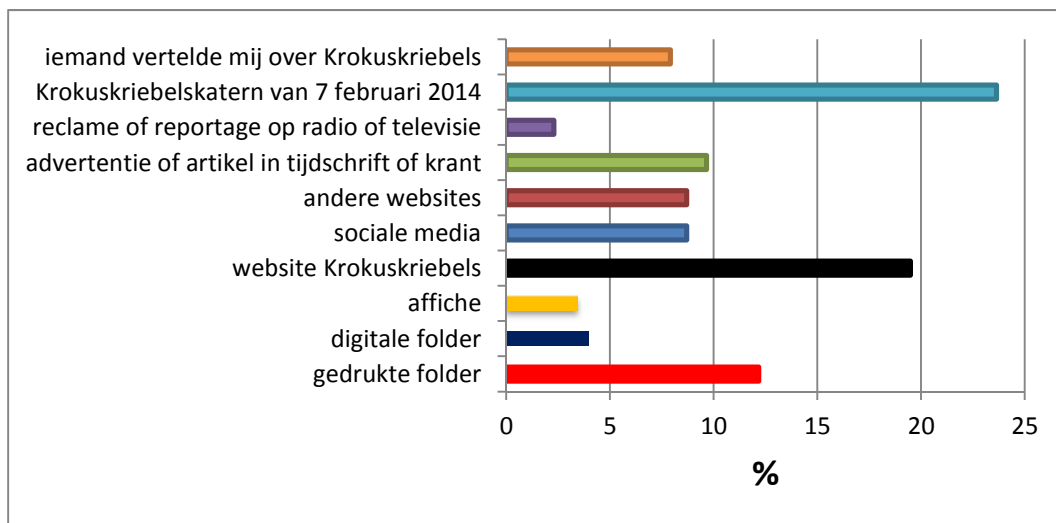


Voor maar liefst 80% van de grootouders is het de eerste keer dat zij met de kleinkinderen deelnemen aan Krokuskriebels. Eenzelfde hoog percentage stellen we vast bij de ouders: 82%

Namen jullie deze editie van Krokuskriebels aan meerdere activiteiten deel?



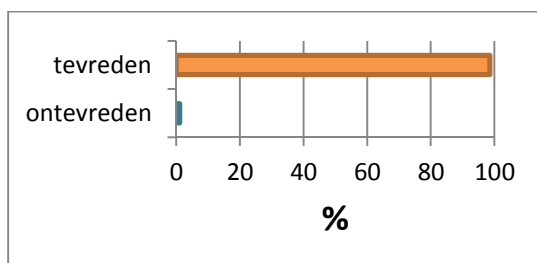
Hoe zijn jullie geïnformeerd over Krokuskriebels?



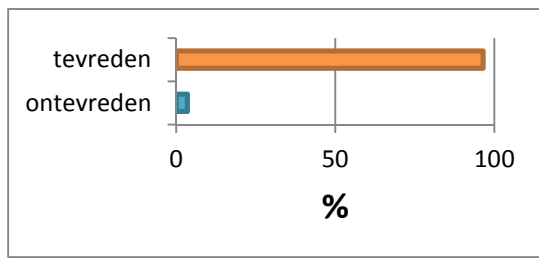
Uit de hoge score van het katern als informatiekanal kunnen we afleiden dat het project Krokuskriebels een groot succes kent bij de eigen leden van de Gezinsbond. Gezinnen raadplegen voor 24% het Krokuskriebelskatern dat als bijlage verzonden werd met de veertiendaagse gezinskrant 'De Bond' die alle leden-gezinnen in hun brievenbus krijgen.

Geef aan of jullie tevreden of ontevreden zijn over volgende aspecten van de door jullie bijgewoonde activiteit:

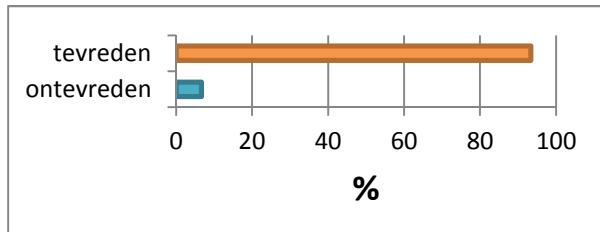
Het onthaal in het museum:



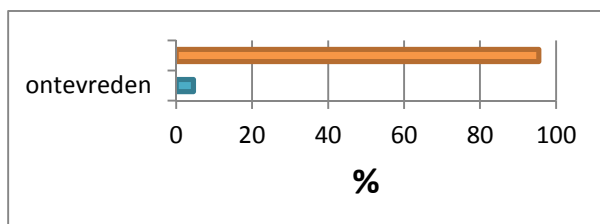
De aanpak/organisatie van de activiteit:



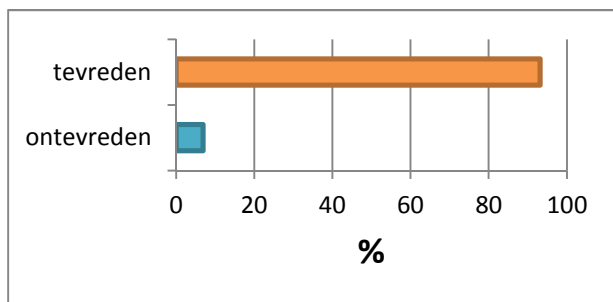
De afstemming van de activiteit op alle leeftijden van het gezin:



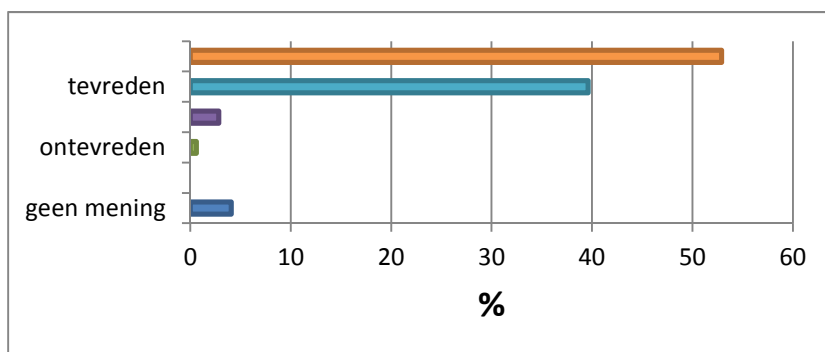
De mate van originaliteit van de activiteit:



De activiteit beantwoordde aan onze verwachtingen:



Alles bij elkaar genomen, hoe tevreden zijn jullie over deze activiteit?

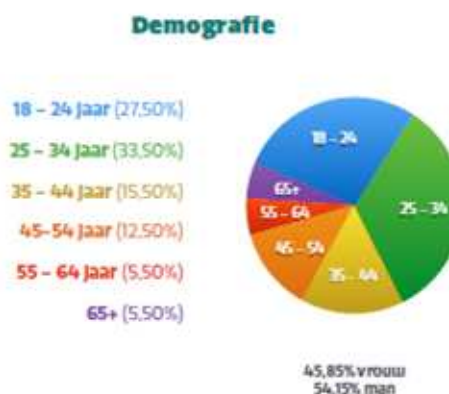


EVALUATIE WEBSITE EN PROMOTIE VIA SOCIALE MEDIA

WEBSITE

Bezoekersaantallen en demografie van bezoekers:

23.835 bezoeken
 17.014 unieke bezoekers
 Pagina's per bezoek: 7
 Gemiddelde bezoekduur: 5 minuten



Link tussen bezoekersaantallen en gevoerde promotie:

| Promokanalen | Pieken |
|---|--|
| Verspreiding flyers en posters, website (december) | In het begin 10 tot 150 bezoeken per dag |
| De Bond editie Januari (artikel museum Elsene) | 16-17 januari: ong. 400 bezoeken per dag |
| Radio reportage februari Katern in De Bond 7/02 | 12-13 februari: ong. 400 per dag |
| Kulturama: verspreiding posters (17/02) | 17-19 februari: ong. 450 per dag |
| Artikel de Bond Brusselse Museumraad (21/02) TV-zender Cultuur 7 (22/02) Kulturama verspreiding (24/02) Uit (24/02) Vliegbrief (26/02) Vriendinnen.be (27/02) Metro (18/02) VTM Kazoom (28/02) Klasse voor Ouders (1/03) | 20-21 februari: ong 900 per dag Van zat 22 februari (463) naar ma. 3 maart (1616) |
| Libelle TV (6/3) Femina | Na 3 maart: daling |

Video:

Youtube Viral versie: 6255 views

Youtube lange versie: 907 views

Inzichten:

- Doelgroep vindt zijn weg rechtstreeks naar de website.
- Facebookpagina en Youtubefilmpje deden het beter dan voorbije jaren, maar hebben nog groot potentieel om te groeien
- Mogelijkheden om gebruiksvriendelijkheid van website nog te vergroten

KROKUSKRIEBELS OP SOCIALE MEDIA



Een aantal cijfers

- De Facebookpagina van Krokuskriebels kent meer dan **500 fans**. Ten opzichte van de vorige editie van Krokuskriebels kwamen er meer dan 300 fans bij. Dat is meer dan een verdubbeling.
- We plaatsten deze editie meer dan **70 berichten** op onze pagina, gedurende meer dan 70 dagen.
- Meer dan **50 berichten van anderen** werden op de Facebook-tijdlijn achtergelaten.
- We werden met onze pagina fan van **meer dan 50 musea**.

- We kenden meer dan **15 winnaars** van prijzen.
- En ons Youtube-filmpje werd meer dan **6000 keer bekeken**.



Wat ondernamen we:

- In al onze berichten zorgden we voor de aanwezigheid van de Krokuskriebels-huisstijl.

Voorbeeld: Verwijzing naar ander museum gecombineerd met Krokuskriebelsfiguren.



- Af en toe gaven we ook een humoristische blik achter de schermen.

Voorbeeld: Wanneer de stickers of krantjes waren angekommen.



De Krokuskriebels-stickers zijn aangekomen. En dan kunnen we het niet laten om ons helemaal te laten gaan ...



- We zetten in op een goede mediamix tussen drukwerk en sociale media.

Voorbeeld: Pancarten met oproep om foto's online te plaatsen.



- We speelden in op de actualiteit

Voorbeeld: We gaven aan wanneer het ideaal uitstapjes-weer was.



- We plaatsten leuke gezinstips online.

Voorbeeld: Het delen van tips voor een museumbezoek met kinderen of aanraders uit het Brusselkrantje.



- We lokten interactie uit.

Voorbeeld: Vragen stellen en mensen benieuwd maken



- We lanceerden een wedstrijd en gaven ook troostprijzen.

Voorbeeld: Wanneer mensen een leuke foto van in het museum deelden, maakten ze kans op een VIP-dag in het museum of een leuk boek.



- We vermeldden en gaven een tag aan partners en musea.

Voorbeeld: Van activiteiten die doorgingen.

Er gingen al heel wat spetterende activiteiten door in oa. Fort Napoleon, STEM . Musea Sint-Niklaas, Sportimonium & Z33 Art Center. Wil jij nog mee kriebelen? Kijk dan vlug naar www.krokuskriebels.be

The image shows a Facebook post for 'Krokus Kriebels'. At the top left is the logo. The main content consists of several text snippets and images:

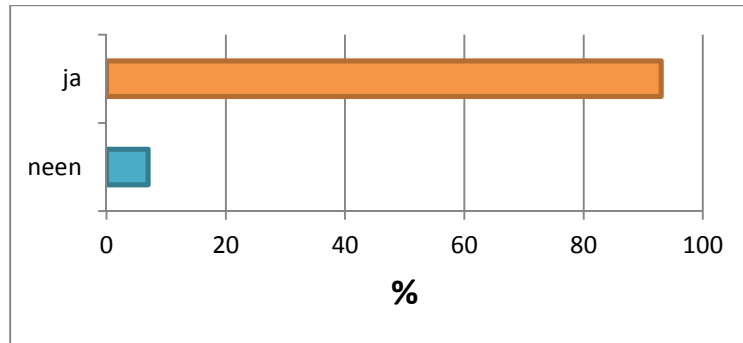
- A snippet about Fort Napoleon: "Fort Napoleon staat? Helemaal Kriebels! Kom naar het Fort Napoleon, neem deel aan de fotowedstrijd en maak kans op een leuke prijsvraag!"
- A snippet about a STEM activity: "STEM - Helemaal Kriebels bij de Ontdekkingsmarkt! Kom naar het Ontdekkingsmarkt op het 1000 - Plein op 10 maart. Het is gratis en voor iedereen toegankelijk. Het is een leuke manier om kennis te maken met de wereld van de natuur en de techniek." Below this is a cartoon illustration of a family: a father with a red beard, a mother in a red dress, and two children.
- A snippet about a museum: "MUSEA OP GEZINSMAAT 1 - 9 maart 2016".
- A snippet about Z33: "Z33 Art Center. Kom naar de tentoonstelling van de Nederlandse kunstenaar Joris van der Veer op zaterdag 10 maart. Het is gratis en voor iedereen toegankelijk." Below this is a grid of small images showing art installations.

 At the bottom of the post, there are interaction options: "Vind ik leuk · Reageren · Delen" and a comment count of "1". Below that, it says "Jabez Sinnesael, Lieve De Meester en Femke Muylaert vinden dit leuk."

EEN NIEUWE EDITIE VAN KROKUSKRIEBELS IN 2016?

We vroegen het aan de museummedewerkers zelf.

Vind je het belangrijk dat er in 2016 een nieuwe editie van Krokuskriebels georganiseerd wordt?



Musea nemen duidelijk standpunt in en kiezen met een overweldigende meerderheid voor een nieuwe editie.

Het in de kijker zetten van het educatief gezinsaanbod en extra aandacht geven aan gezinnen via een dergelijke grootschalige campagne blijft voor velen een opportuniteit waaraan zij hun kapstok willen blijven hangen. Grote initiatieven geven de kans om extra activiteiten te organiseren en te verantwoorden naar de eigen werkgever.

Krokuskriebels en de Gezinsbond staan voor de musea garant voor kwaliteit! Het is een goede traditie om tweejaarlijks iets dergelijks voor gezinnen te doen. Het schept een verbondenheid tussen de musea ook al werk je niet samen.

Krokuskriebels werkt laagdrempelig en zet gezinnen die niet zo vertrouwd zijn met cultuur aan om de stap naar het museum te zetten. Het project moet blijven inzetten op deze gezinnen en hiervoor gericht partnerschappen aangaan.

Toch nog een kritische kanttekening van het Groeningemuseum: Wordt er niet al teveel georganiseerd? Nu is er ook de kunstendag voor kinderen? We hebben met 'de groene pluim' reeds een permanent en gratis aanbod voor gezinnen het hele jaar door...

REALISATIES EN SUCCESFACTOREN

We toetsten de realisaties en resultaten van Krokuskriebels aan de doelstellingen die wij onszelf vooropgesteld hebben in de subsidieaanvraag naar de overheid.

Kunnen we stellen dat we deze doelstellingen behaald hebben?

Doelstelling 1: Gezinnen ervaren (voor de eerste keer) een museumbezoek als een positief gebeuren waarbij volwassenen en kinderen leren van elkaar.

Krokuskriebels is een project bij uitstek om interactie te creëren tussen jong en oud. De promotie voor de activiteiten legt hier zeer sterk de nadruk op. In alle communicatie wordt gesproken over 'het gezin', 'jong en oud samen', 'actief en interactief'. Gezinnen verwachten dat ieder gezinslid kan/mag participeren en een gelijke inbreng kan doen. Op die manier creëren we een open context die informele leerprocessen binnen het gezin stimuleert.

Musea stellen vast dat met Krokuskriebels gezinnen veel makkelijker hun weg vinden naar het museum. Zoals een museum het verwoordt: *"Wij kregen zeer veel kinderen met hun ouders op bezoek. Een nooit eerder gezien fenomeen."*

Gezinnen vinden het geweldig om als gezin in zijn geheel aangesproken te worden en te kunnen deelnemen.

Die extra aandacht vinden deelnemende gezinnen zeer positief: het persoonlijk aangesproken worden door een medewerker van het museum, zaalwachters met Krokuskriebelsbadges die hen verder op weg helpen, een extra omkadering van het onthaal en de activiteit,... Het wordt meer dan gewoon gesmaakt. De stickers die iedereen aan het onthaal ontving, versterkten extra dit VIP-gevoel en werkten zeker drempelverlagend voor vele gezinnen waarvoor het niet zo evident is om naar het museum te gaan.

Gezinnen zijn zeker vragende partij om via nieuwe en ludieke activiteiten het museum te verkennen.

En daar spelen musea meer dan ooit op in met een verrassend en vernieuwend aanbod aan activiteiten.

Een op de twee deelnemende musea maakte in het bemiddelingsproces gebruik van tekenen. Zoals we eerder stelden beschouwen we tekenen als een bijzonder laagdrempelige methode om zowel groot als klein, en om zowel degenen die wel of niet vertrouwd zijn met museale objecten of kunst te betrekken. Maar bovenal was dit ook een manier om andere talenten of 'intelligenties' aan te spreken en om de - doorgaans erg taalgerichte - traditionele manier van bemiddeling te doorbreken.

Doelstelling 2: Gezinnen vanuit verschillende leefwerelden, achtergronden of culturen participeren aan het Krokuskriebelsaanbod.

Krokuskriebels wil musea stimuleren om een inclusief aanbod te realiseren.

Wij beseffen dat inclusief, intergenerationeel en intercultureel werken voor musea niet altijd even

Het is hier TOP. (Museum Albert Van Dijck, Schilde)

Het was super! Fantastisch! Ik ben zo blij. (Provinciaal Erfgoedcentrum, Ename)

We hadden een mooie voormiddag en geven het zeker door aan onze familie. Leuk en leerzaam voor groot en klein. (Provinciaal Erfgoedcentrum, Ename)

Het was niet wat we verwacht hadden, het was beter dan we verwacht hadden! (De Zilverreiger, Weert)

Het was supercool! Ik hoop dat mijn mama nog zo een geweldige cursus boekt!

Ik denk dat de inkomsten stijgen, het was hier zó tof, we gaan zeker nog een keer langskomen

Leuk echt waar stop er niet mee!!!

(Het MOT, Grimbergen)

Bedankt voor de leuke en gezellige namiddag. Ik neem 3 tevreden kinderen mee naar huis en nieuwe ideeën!!! (STeM, Sint-Niklaas)

Krokuskriebels mikt op zeer toegankelijke activiteiten en vraagt aan musea om hun aanbod doorlopend aan te bieden zodat gezinnen op elk moment en naar eigen voorkeur kunnen aansluiten. Deze formule werkt! Daarnaast werken sommige musea ook een aanbod uit – meestal workshops – waarvoor reservatie noodzakelijk is.

Zoals reeds hoger aangehaald is Krokuskriebels een gezinsproject bij uitstek en worden de deelnemers ook als dusdanig in alle promotie zoals katern en website aangesproken.

Doelstelling 4: Musea zijn steeds meer uitnodigende plaatsen voor gezinnen.

Museummedewerkers voelen zich door Krokuskriebels ondersteund in hun gezinsvriendelijke werking (onthaal en aanbod) en zijn geprikkeld om deze werking – ook na het evenement – voortdurend te vernieuwen en /of te optimaliseren.

Musea geven meer dan ooit aan dat een dergelijk grootschalig project hen stimuleert om een gezinsgerichte werking op te starten of verder uit te bouwen.

Hun tevredenheid over het project is eveneens zeer groot. Het stelt hun museum in de schijnwerpers, maar het evenement biedt hen vooral ook de kans om een nieuw publiek, en meer specifiek gezinnen, te bereiken.

Musea geven dit ook in hun evaluatie aan. Krokuskriebels geeft hen de mogelijkheid om nieuwe activiteiten uit te testen. Daarin willen we hen volop stimuleren en ondersteunen via de aangeboden inspiratiedagen die zeer erg gesmaakt worden.

Krokuskriebels wil als stimulator en katalysator optreden. Wat aangeboden wordt voor Krokuskriebels moet bij voorkeur opgenomen worden in de permanente werking. Deze aanpak loont.

80% van de Krokuskriebelsmusea geeft aan reeds over een permanent aanbod voor gezinnen te beschikken (een stijging van 10% met de vorige editie). Een niet onaanzienlijk aantal musea (60%) geeft hierbij wel aan dat Krokuskriebels een impact heeft op deze gezinsgerichte werking.

Krokuskriebels zet aan tot nadenken over het eigen aanbod, herwerken en onder de loep nemen van bestaande activiteiten. Het ingebed zitten in een groot evenement biedt vooral ruimte aan experiment. De ervaring wordt meegenomen bij het uitwerken van een permanent aanbod en dat is onze betrachting: een tijdelijk project dat aanzet tot een permanente interesse voor het museum.

Voor musea die net starten met een gezinsaanbod biedt Krokuskriebels ruimte voor experiment binnen een welomlijnd en veilig kader. Zij deinen mee op het nationaal gecoördineerd aanbod en kunnen hierbinnen 'hun ding' doen. Grote initiatieven geven hen de kans om extra activiteiten te organiseren.

Naast de hierboven opgesomde doelstellingen beoogt Krokuskriebels enkele concrete en meetbare resultaten.

Met deze editie van Krokuskriebels streefden we naar de deelname van 97 musea (dit is het aantal deelnemende musea van de editie van 2012), met een minimum van 92 musea.

Aan deze editie van Krokuskriebels namen uiteindelijk 94 musea deel. Een flink aantal musea kampten met praktische of organisatorische belemmeringen (gesloten, in verbouwing, opstellen van een nieuwe tentoonstelling, ...) waardoor een deelname niet mogelijk bleek.

Toch vinden we dat kwantiteit (het halen van quota) niet ten koste mag gaan van kwaliteit. De evaluatie van de ingediende voorstellen door de kandidaat-Krokuskriebelsmusea is dan ook steeds gebeurd met prioritaire aandacht voor de kwaliteit van de ingediende voorstellen. De zeer hoge tevredenheid van de deelnemers is daar volgens ons het directe gevolg van.

De tevredenheidsgraad van de deelnemers is een andere succesindicator. Minimaal 80%, en idealiter 100% tevredenheidsgraad was voor ons een te behalen streefdoel.

Met een score van 96% tevreden tot zeer tevreden gezinnen zitten we zeer dicht bij dit uiteindelijke streefdoel.

We stimuleerden musea om activiteiten voor kleuters te ontwikkelen en streefden hierbij naar een percentage van 25% in het totale aanbod.

Maar liefst 50% van de musea organiseerden één of meerdere activiteiten voor kleuters en hun tevredenheid hierover was enorm. Ook ouders met kleuters vonden het stevast een unieke en leuke belevenis.

Aantal deelnemers: Bij deze editie werden 23.978 volwassenen en kinderen geregistreerd, 48% volwassenen en 52% kinderen. Op het eerste gezicht een daling tegenover de vorige editie. Maar is dit wel zo? Want dit cijfer vraagt om duiding:

1. Bij de registratie van het aantal deelnemers botsten we op de grenzen van publieksregistratie in het museale veld. Want niet elk museum heeft even gedetailleerd en accuraat zijn deelnemers kunnen registreren. Kassasystemen blijken niet aangepast te kunnen worden aan de specifieke kortingsacties eigen aan Krokuskriebels. Musea gaven vaak enkel het aantal deelnemende kinderen door of enkel het aantal gezinnen.

2. Met deze editie 'verplichtten' we de musea om sowieso een doorlopend aanbod te voorzien, en niet enkel met activiteiten of workshops op reservatie te werken. Dit om de laagdrempeligheid van het evenement te garanderen. Voor gezinnen (zeker met kleine kinderen) is het immers niet evident om lang op voorhand te reserveren of om te beslissen aan welke activiteit men zal deelnemen. Voor een baliedewerker is het echter wel veel eenvoudiger om het aantal deelnemers van een activiteit op reservatie te registreren, dan om gezinnen te herkennen en te registreren die als 'gewone' bezoeker het museum bezoeken en van het doorlopend aanbod gebruik maken.

We dachten op dit probleem te anticiperen door gebruik te maken van de toegangsstickers: ieder gezinslid zou één sticker opgeplakt krijgen. Het zou dan volstaan om nadien de lege stickervellen te tellen aan het onthaal om snel te kunnen berekenen hoeveel bezoekers in het kader van Krokuskriebels het museum bezochten. Maar de stickers bleken enorm aantrekkelijk te zijn; en sommige volwassenen en kinderen kregen meerdere stickers. De stickers als telmiddel schoten dus hun doel voorbij.

Naar een volgende editie toe blijft het zoeken naar en het implementeren van een sluitend telsysteem een voorwaarde. We willen uiteraard met correcte cijfers aan de overheid aantonen dat

Krokuskriebels een toekomst heeft en het project een belangrijke relevantie blijft behouden, getuige ook de evaluatie van de musea en de deelnemers zelf.

3. Bij deze editie deden bovendien enkele grote musea niet mee. Dit heeft sowieso zijn impact op het totaalplaatje. Daartegenover stellen we vast dat ruim 16% van de musea voor de eerste keer deelnamen. We vinden het fantastisch dat we binnen de museale sector steeds nieuwe partners kunnen aantrekken.

Het meten van het succes van het project Krokuskriebels doen we met de stuurgroep op basis van talrijke factoren, waarvan bezoekersaantallen een onderdeel vormen maar ook de terugkoppeling achteraf naar de vooropgestelde doelstellingen zoals we hierboven hebben uiteengezet is van wezenlijk belang.

De zeer hoge tevredenheid van zowel musea als gezinnen is een niet te onderschatten kwaliteitsindicatie.

De vaststelling dat heel wat gezinnen dankzij Krokuskriebels in contact komen met de wondere wereld van musea, dat ook een pilootproject in het kader van inclusief werken voldoende positieve feedback geeft voor andere musea om deze uitdaging aan te gaan, en dat heel wat nieuwe musea deelnamen aan deze editie doet ons besluiten dat de zevende editie van Krokuskriebels een succeseditie was. Uit de evaluatie van de musea en de gezinnen blijken nog meer dan voldoende uitdagingen die ons bovendien volop sterken in onze overtuiging om te streven en toe te werken naar een eveneens succesvolle achtste editie in 2016!



Literair Museum Hasselt



Netwerk Aalst



Charliermuseum Brussel



KMSK Antwerpen

KROKUSKRIEBELS

3 tot 7 maart 2014

HOOFDPUNTEN

1. Projectoefening pilootproject publiekswerkers (S.M.A.K./MIAT/Circa/ De Centrale) op vraag van Gezinsbond en Faro
2. SMAK en MIAT
3. Focus op gezinnen met een etnisch-cultureel diverse achtergrond
4. Interactiviteit
5. Duurzame netwerking

START

september 2013

DOELSTELLING

1. **WIE** Samenwerking tussen publiekswerkers – 2 musea – 4 socio-culturele organisaties
2. **WAT** Museumbezoek aanmoedigen voor groepen én/of individuen met een etnisch-cultureel diverse achtergrond
3. **HOE** via partnerschap/ wijkgericht/ inclusief/ voortraject via KASK



PLANNING



VERLOOP



KOSTPRIJS DEELNAME

- Gratis deelname via partners

Concept S.M.A.K.

| | WAT |
|-------------------|--|
| zoektocht-boekje | Invulboekje voor kinderen |
| henna-schildering | Kunstwerk uit de tentoonstelling laten tatoeëren. (Henna) |
| Kunstrapporten | Kinderen kunnen een rapport schrijven over een bepaald kunstwerk in de tentoonstelling |
| workshop | Action painting onder begeleiding |

Foto's S.M.A.K.



Concept MIAT

| | WAT |
|------------|---|
| Speurtocht | Doorheen het museum aan de hand van een boekje Leeftijd + 6 leeftijd + 8 |

Foto's MIAT



BEREIK

| Wie | Wanneer | Kinderen | volwassenen |
|---------------------------------|----------|------------|-------------|
| MIAT | | | |
| DCMW Gent vakantiekamp | 06 04/03 | 30 | 8 |
| Taalkamp via vzw Roeland | 08 04/03 | 33 | 8 |
| Via FMV | 06 05/03 | 13 | 5 |
| Speeltheek Balze | 06 06/03 | 28 | 10 |
| TU | 06 07/03 | | |
| vzw Katriel Tiama De Hert | 06 07/03 | 2 | 1 |
| FMV (somaal) | 06 07/03 | 8 | 3 |
| Mons Eddine Ahmad PAG | 20 09/03 | 2 | 2 |
| Via FMV | 20 09/03 | 4 | 2 |
| Totaal | | 120 | 39 |
| S.M.A.K. | | | |
| vzw Jong | 06 06/03 | 8 | 4 |
| ING (Senoren met kleinkinderen) | 16 07/03 | 11 | 7 |
| Via FMV | 20 09/03 | 7 | 2 |
| Totaal | | 26 | 13 |
| SAMEH | | 146 | 52 |

EVALUATIE intern - algemeen

- ++ goede mix van verschillende doelgroepen + 2 nieuwe partners
- ++ mix intergenerationeel: Speeltheek Baloe, vzw JONG, ouders en grootouders.
- + projectoefening publiekswerkers
- ++ de inschrijvingen zaten centraal bij één organisatie (de Centrale) die zorgde voor een goed overzicht en een eventuele doorverwijzing
- + Via partners werd het verhaal van de krokusriebels verspreid naar andere potentiële groepen.
- de groepen hadden weinig input in het concept en de aanpak van het museumbezoek.

EVALUATIE intern - concept

- Workshop S.M.A.K. : op maat van de doelgroep en de verschillende leeftijden. Heel populair. Nadeel was de tijdsdruk.
- Speurtocht- en zoekboekjes: In beide musea was de leeftijdsafbakening hiervoor te groot (kinderen tussen 3 en 15). Voor kinderen van 3 waren de boekjes te moeilijk. In S.M.A.K. waren de boekjes eerder voor 10/12 jarigen.
- De boekjes waren voor bepaalde ouders (niet- Nederlands talig) moeilijk.
- Begeleiding was in beide musea een must. Zonder begeleiding liepen de ouders-kinderen- grootouders verloren in het museum.

EVALUATIE extern

(Turkse Unie (TU), Federatie Marokkaanse Verenigingen (FMV), Speeltheek Baloe, Vzw Jong, Taalkamp Roeland, Intercultureel Netwerk Gent (ING) & Vakantiewerking OCMW Gent.)

- "Het was voor 'elk' (kinderen-ouders-grootouders) van hen een bijzondere ervaring."
- "Er waren extra inspanningen nodig om de doelgroep te bereiken en ook naar de collega's toe."
- "De folders waren volgens ons niet zo goed. Ze waren **redelijk laat** aan ons geleverd waardoor we niet veel tijd hadden om de verschillende doelgroepen te bereiken. Ze waren ook niet altijd even duidelijk."
- "De inschrijvingen waren niet evident. Veel kinderen (ouders) waren vergeten dat ze hadden ingeschreven. Goed zou zijn als we hen vooraf een sms sturen."
- "De vergaderingen met de partners vooraf waren zeer nuttig. Het waren open vergaderingen waar iedereen zijn mening kon laten horen. Toch was het resultaat minder dan beloofd in de vergaderingen"

EVALUATIE extern - concept

(Turkse Unie (TU), Federatie Marokkaanse Verenigingen (FMV), Speeltheek Baloe, Vzw Jong, Taalkamp Roeland, Intercultureel Netwerk Gent (ING) & Vakantiewerking OCMW Gent.)

- S.M.A.K. : "De activiteit (workshop) was zeer geslaagd. De tentoonstelling zelf was moeilijk (te begrijpen) voor de kinderen, maar de workshop zorgde ervoor dat dit alles wat doorbroken werd."
- S.M.A.K. : "activiteit ok (jongeren hadden een leuke namiddag) maar boekjes veel te moeilijk."
- MIAT: "De verwachting kwam niet overeen met de activiteit zelf. De groepen dachten dat ze meer zouden kunnen doen."
- MIAT: "De boekjes waren van een te hoog niveau voor de kinderen. Als de ouders geen Nederlands konden was het zeer moeilijk om hun kinderen te helpen bij de speurtocht. Een externe die de rondleiding mee begeleidde was zeker nodig."
- "We hebben het positief ervaren. We zijn vriendelijk onthaald geweest. Leuk dat het gratis was"
- "Het museumbezoek heeft bij veel kinderen wel iets losgemaakt, het enthousiasme was zeer groot. Veel kinderen waren benieuwd naar de verschillende 'toestellen' die in het MIAT getoond werden."

VERVOLG?

- Het blijft belangrijk om bepaalde doelgroepen een opstap te geven naar een museumbezoek.
- De stap om op eigen initiatief naar het museum te gaan blijft groot.
- FMV: "Het wordt moeilijk om de groepen opnieuw te overtuigen voor een volgende keer. Veel zal afhangen van hoe de deelnemers het doorvertellen aan andere potentiële groepen."

LEERPUNTEN-DUURZAAMHEID

- De etnisch-cultureel diverse gezinnen beslissen veel later wanneer ze naar een cultureel iets gaan. Dit in het achterhoofd houden is noodzakelijk zodat er zeker plaatsen over zijn voor deze doelgroep.
- Boekjes (zoals speurtocht) beter aanpassen aan de leeftijd van de doelgroep.
- Het was een goede leeroefening voor de musea: De musea kennen nu de verschillende partnerorganisaties. Positief zijn de vele nieuwe contacten tussen zelforganisaties/ lidorganisaties en de musea, zo kunnen diverse drempels nog verder onderzocht worden.

Ruimte voor experiment

Nathalie Jacobs - Charliermuseum

1) INLEIDING

Situering Charliermuseum

- Museumwoning gelegen op de kleine Ring, patriciërswooning (herenhuis) van de laatnegentiende-eeuwse verzamelaar en kunstmecenas Henri Van Cutsem (1839-1904).
- 1890-1893 opdracht aan Victor Horta om twee woningen harmonieus samen te voegen, op het gelijkvloers twee tentoonstellingszalen met glaskoepels te bouwen en een nieuwe gevel te bouwen aan de achterliggende straat, de Liefdadigheidsstraat.
- Herkomst familiefortuin : adellijke familie, grootgrondbezitters in het Pajottenland, uitbaters van het luxueuse Hôtel de Suède in centrum Brussel.
- Start collectievorming : midden jaren 70 van de 19de eeuw, aanvankelijk vooral Belgische en Franse sociaal-realistische kunst, nadien vooral Frans en Belgisch impressionisme.
- De woning aan de Kunstlaan groeide uit tot ontmoetingsplek voor kunstenaars.
- Henri Van Cutsem als verzamelaar en mecenas : kocht werk van jonge kunstenaars (o.a. James Ensor, Guillaume Van Strijdonck, Willy Finch, Guillaume Van der Stappen, Pieter Braecke), nodigde hen uit op zondagsdiners met concert, in de opera of het Wagnerfestival. Hij wilde kunstenaars opnemen in de "hogere cultuur" en hen in aanraking brengen met nieuwe kunsttendensen die (nog) geen ingang vonden in de traditionele kunstmiddens. Henri Van Cutsem kan met rede de tegenhanger van Octave Maus (organisator van kunstkring *les XX*) genoemd worden: beiden speelden een verschillende maar belangrijke rol in het kunstleven in het Brussel van het fin-de-siècle.
- Museumcollecties : heel gediversifieerd 19de-eeuwse en vroeg 20ste-eeuwse schilderijen en beelden, alle decoratieve kunsten : Europese stijlmeubels, wandtapijten, glas- en zilverwerk, aardewerk, Europees en Aziatisch porselein, een tijdspanne van 16de tot laat 19de eeuw overspannend.
- Naamgeving en ontstaan van het gemeentelijk museum : In 1904 stierf Henri Van Cutsem kinderloos. Zijn vriend, de beeldhouwer Guillaume Charlier erfde de woning met inboedel. Hij schonk het in 1925 aan de gemeente Sint-Joost-ten-Node met de opdracht er een openbaar museum in te herbergen. Drie jaar later opende het museum zijn deuren voor het publiek, samen met het Museum voor Schone kunsten van Doornik, gebouwd door Victor Horta. Dit laatste ontving een rijke selectie uit de verzameling van Henri Van Cutsem : schilderijen van Manet en Seurat, tekeningen van Ensor en Van Gogh, beelden van Guillaume Charlier, Victor Rousseau, Juliaan Dillens...
- Huidige programmatie : tentoonstellingen die vooral 19de eeuwse kunstenaars belichten, middagconcerten in samenwerking (jazz en meer populaire muziek), lezingen enz..

Historiek kinderen en jongerenwerking

- In het verleden : enkele ateliers voor jongeren (vooral uit de gemeente) in belendend huis.
- Recenter :
 - gebrek aan geschikte ruimte om een groep goed op te vangen en aan het werk te zetten
 - gezins- en kindvriendelijke prijzenpolitiek : toegang onder 18 jaar is gratis
 - kleine museumploeg (2 en ½ werkkrachten voor de hele programmatie, suppoosten en onthaal)
 - een mogelijke reden voor het wegblijven van families : gesloten tijdens de weekends

- open van ma tot do in de namiddag, op vrijdag van 10 tot 13u- , openingsuren die in het verleden ook niet zo strikt werden nageleefd
- uitzonderlijke openingen : tentoonstellingsvernissages, de klassieke publieksmanifestaties : OpenMonumentendagen, Erfgoeddag, Week van de Smaak, de Nocturnes van de Brusselse Musea, Museum Night Fever
- wens : breder publiek bereiken
- publiciteit : tweejaarlijkse museumbrochure toegestuurd en op publieke plaatsen te verkrijgen, nieuwsbrief (recent), webstek

2. ACHTERLIGGEND IDEE van de EERSTE INSCHRIJVING voor Krokuskriebels

Aanleiding

- Mei 2013 (Erfgoeddag net achter de rug en de tentoonstelling over Marten Melsen geopend) uitnodiging van Hilde Marichal om deel te nemen aan Krokuskriebels, editie voorzien van 1 tot 9 maart 2014.

- Intern overleg : voor een kleiner gemeentelijk museum is het interessant om nieuwe doelgroepen te bereiken door in te schrijven in een groter project : dat vergroot je bereik en het succes van het initiatief (zeker langs Nederlandstalige kant).

Voorstel

Twee activiteiten :

- Het spelen van het **ganzenbordspel** met vragen over het museum en de museumstukken.
- Programmeren van een **dansvoorstelling voor kleuters Thee Invité** , choreografe Alexandra Meijer van Kesbiespace. De dansvoorstelling is op maat gemaakt van kleuters maar is dermate mooi en verrassend dat ze alle leeftijden aanspreekt.

Voorgeschiedenis activiteiten

Een eerste versie van het ganzenbordspel werd in 2012 uitgewerkt in samenwerking met de asbl Badge en financieel ondersteund door de Koning Boudewijnstichting. Badge asbl werkt hoofdzakelijk met buitenschoolse kinderen -en jongerenopvang, invalshoek kwetsbare jongeren. Het project "*CapCulture*" betrof kinderactiviteiten (leeftijdsgroepen 6-9j en 10-12j) bestaande uit drie luiken :

- ludieke kennismaking Charliermuseum aan de hand van een meisje Capucine;
- een bordspel in het museum met vragen over collectiestukken;
- artistieke ateliers extern (tekenen van landschap – schilderen van een portret – boetseren van een lichaamsdeel – tegels beschilderen – plexi beschilderen, inspiratie glasraam) bekroond met een vernissage in het museum.

Herwerking voor Krokuskriebels en vandaag veelgebruikte educatieve tool:

- De fiches van het bordzoekspel werden door een stagiair ism de museumploeg hermaakt.
- We wijzigden de aard van het spel (normaal spelen groepjes kinderen tegen elkaar om zo snel mogelijk het einde te bereiken) en lieten kinderen onder begeleiding van de ouders spelen, elk kind kreeg een aandenken, nl. een museumpostkaart met ludieke sticker van Krokuskriebels op.

In 2013 kreeg een ander project vorm in samenwerking met Podium Noord en Gemeenschapscentrum Ten Noey nl "*Thee Invité*" ; kleuterdansvoorstellingen (4-7jr) gebracht door dansers van Kesbiespace in een choreografie van Alexandra Meijer. Haar choreografie nam de kleuters mee op een wonderbaarlijke reis door het museum met aandacht voor de kunstvoorwerpen maar ook de ontmoeting van twee vriendinnen op een fijne plek. Gedurende twee dagen werden drie voorstellingen opgevoerd voor scholen, op zondag 26 mei 2013 organiseerden we een familiedag met drie voorstellingen.

Gezien Krokuskriebels vooral focust op activiteiten met kleuters wensten we *Thee Invité* te

herprogrammeren. De voorstelling is artistiek verrassend en een beetje feëriek (of romantisch zo u wil), de vorige voorstellingen hadden ook aangetoond dat elk publiek geboeid werd door de voorstellingen : niet alleen kleuters maar ook oudere kinderen en de volwassenen.

Deze twee activiteiten vormden de ruggegraat van onze inschrijving.

3) VRAAG TOT ORGANISATIE STARTDAG Krokuskriebels

Op 19 november volgde de vraag om ook de **Startdag te organiseren**. De aanvankelijk lineaire samenwerking (organisatie biedt aan – culturele instelling schrijft in) met de Gezinsbond kreeg hiermee uitbreiding :

- **Gezinsbond** zelf : Tom en Reinhout, Femke Muylaert
- Hilde moest het project door een jammerlijk ongeluk even verlaten.
- met **FARO** : Hildegarde Van Genechten, Sofie en Tine
- **Brusselse Museumraad** : Mieke Deceuninck

4) OPZET en REALISATIE

Tijdens een minimum aantal vergaderingen werd de praktische organisatie opgezet.

- inschrijvingen via Gezinsbond
- aanmaak en verspreiding van de uitnodigingen door Gezinsbond en Brusselse Museumraad
- de dansers van Thee Invité waren bereid op vaste tijdstippen een 3-tal scènes uit de voorstelling te brengen (duur 15min, normale duur 1 uur).
- voorzien hapjes – ondermeer koekjes van Maison Dandoy - en een drankje
- een nabijgelegen theehuis L'heure Bleu zou voor de ouders een theedegustatie verzorgen
- Zoektocht naar een extra doe - activiteit , optiek : ludiek en toegankelijk.
- In december 2013 volgden een collega en ik een introductie in **doe-activiteiten voor jongeren uitgewerkt door studenten van de Erasmus Hogeschool in het Broodhuis, georganiseerd door FARO** Dit sloot aan bij de idee van de actie *Campaign for drawing* : iedereen kan ongeacht aanleg tekenen maar dat we tijdens de jeugd jaren verliezen we de voeling met het tekenen (gericht op oog en oor).
- De studenten vertrokken vanuit de specifieke collecties van het Broodhuis om er activiteiten rond op te zetten bvb een grote patchwork tekening geïnspireerd op wandtapijten, het maken van een fantasierijke hoed, het laten verschijnen van een stadslandschap door het "weggommen" van peninkt (zaal maquettes en stadszichten).
- Dit inspireerde ons tot het **tekenen met krijstiften op de grote uitstalkasten in het museum**. Ze lopen van de grond tot aan het plafond, staan een beetje uit de weg en bevatten een collectie die in eerste instantie minder kinderen aanspreekt nl porselein en zilver. Het was ook een reflectie omdat we opmerkten dat alle interessante stukken op volwassen-ooghoogte stonden en de kinderen de saaie schotels en minder prikkelende stukken te zien krijgen (klassiek valkuil). Dus gooiden we de kasten "overhoop", stopte een bonbon (uiteraard ingepakt) in een kristallen bonbonnière.
- Voor de begeleiding wensten we illustratoren aan te spreken ; na een korte zoektocht haptten Dimitri (JangoJim) en Sacha Eckes toe.
- Naast de rechtstreeks betrokkenen (van de Gezinsbond, Faro, BMR, Charliermuseum) versterkten enkele vrijwilligers de ploeg om alle activiteiten in goede banen te leiden.

De Startdag was een groot succes, meer dan 100 mensen namen deel. Overal glunderende gezichten, tekenende, zoekende, vol bewondering kijkende kinderen, genietend van de lekkere

koekjes en drankjes, ouders die even hard mee genoten.

Ook belangrijk : er werd die dag niets gebroken, niet rondgerend, er werd veel maar heel keurig getekend daar waar toegelaten was.

Tijdens de rest van de week kregen we nog zo'n 100 bezoekers (kinderen en volwassenen) over de vloer voor het ganzenbordspel en de dansvoorstelling.

5) **BEDENKINGEN en BESLUIT**

De startdag was overweldigend (zie foto's). Wat de rest van de Krokuskriebelweek betreft hadden we misschien nog iets meer bezoekers verwacht maar gezien onze achtergrond was het een hele prestatie. Een nieuw publiek aanboren vraagt tijd en blijvende inspanning.

Uiteindelijk maakten meer dan 200 jonge en oudere bezoekers kennis met het Charliermuseum tussen 1 en 9 maart 2014, mensen die we anders heel moeilijk hadden bereikt.

Mijn besluit is dan ook voor de hand liggend maar pertinent : dat je me samenwerking meer bereikt. Dat het hele project tot stand kwam dankzij de inzet van vele mensen en dat die positieve energie inspiratie en ruimte voor experiment toestaat.



Museale inhoud vertalen naar een aantrekkelijke gezinsactiviteit

Bert Verhoeven
Nationaal Museum van Douane en Accijnzen
Ellermanstraat 21, 2060 Antwerpen



Voorstelling D&Amuseum

Vorbereiding

Krokuskriebels-activiteiten

Evaluatie deelname

Q&A



Het D&Amuseum

1988: Oppericht te Antwerpen als privé-initiatief door douaniers en ex-douaniers

1996: Erkenning door FOD Financiën

2011: Heropening na verhuis uit oude gebouw naar derde verdieping van het nieuwe Financiecentrum Noordster aan de Ellermanstraat te Antwerpen



Het D&Amuseum

Missie: zowel het verleden als het heden van onze administratie zichtbaar maken voor het brede publiek

Museumbezoek: voornamelijk gericht op geleide groepsbezoeken, maar ook vrijblijvend te bezoeken tijdens kantooruren

Doelgroep: culturele verenigingen, scholengroepen, buitenlandse bezoekers aan administratie,...



D&Amuseum

Medewerkers

2 Voltijdse medewerkers + 1 halftijdse secretariaatmedewerker

Collega's/oud-collega's die op vrijwillige basis gidsen + documentatiecentrum en depot beheren

Dienst ADROC (Communicatie) van Douane Antwerpen



Vorbereiding

Waarom 1^e deelname Krokuskriebels?

Inspiratiedag

Opportuniteit voor uitbreiden aanbod voor kinderen

Enthousiasme medewerkers





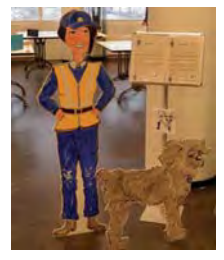
Vorbereitung



Vorbereitung

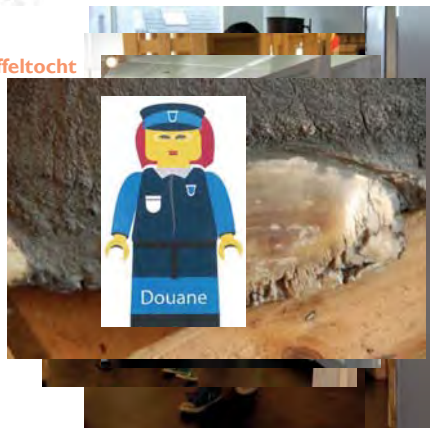
Resultaat:

- Kindvriendelijke aankleding
- Reeds ontwikkelde activiteiten verfijnd
- Nieuwe activiteiten ontwikkeld
- Planning en promotie
- Try-out voor medewerkers



Krokusriebels-activiteiten

1. Snuffeltocht



Krokusriebels-activiteiten

2. Wapperend Europa



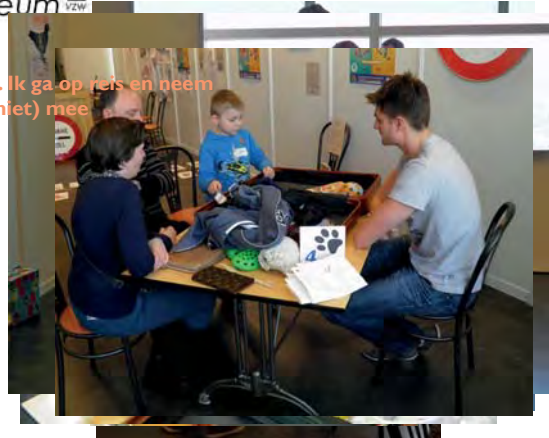
Krokusriebels-activiteiten

3. Grensspel



Krokusriebels-activiteiten

4. Ik ga op reis en neem (niet) mee



Krokuskriebels-activiteiten

5. Tekenen en puzzel-activiteit



Krokuskriebels-activiteiten

6. Fotohoek



Evaluatie deelname

Groot succes!!

204 bezoekers verspreid over 5 (week)dagen

Goede verdeling tussen collega's met (klein)kinderen en mensen aangetrokken door brochure Krokuskriebels

Zeer veel positieve reacties achteraf, zowel van deelnemers als van begeleiders!

Gebruik enkele activiteiten tijdens Erfgoeddag

Evaluatie deelname

Toekomst:

Voorlopig geen permanente plaats in het museum, maar eventueel wel in de toekomst?

Wel te gebruiken tijdens andere evenementen (vb. bezoek wetenschapskamp aan douane Zaventem)

Activiteiten gebruiken bij communicatie naar lagere schoolgroepen

Deelname Krokuskriebels 2016

Q&A



SPEELGOED MUSEUM

MECHELEN
VZW



OVERZICHT



- Voorstelling Speelgoedmuseum
- Gezinsaanbod voor Krokuskriebels
- Gezinsaanbod algemeen
- Speelse rondgang met familiekoffer

HET SPEELGOEDMUSEUM



- Een van de grootste speelgoedmusea van Europa
- Permanente collectie + tijdelijke tentoonstellingen
- Visie:
'Speelgoed als spiegel van de grote wereld'

Gezinsaanbod voor Krokuskriebels



- Permanent:
Sherlock Holmes gezocht!
- Extra activiteit:
De verrassingskoffer van prinses Nicky



De verrassingskoffer van prinses Nicky



- 3 - 6 jaar
- Interactieve verhalentocht
- Duur: 1 uur
- Aangeboden op 4 dagen
- Inschrijving verplicht - 20 deelnemers max.

Evaluatie



- + Gericht op de allerkleinsten
- + Snel volgeboekt
- + Verrassingselementen
- + Betrekken van (groot)ouders
- - Een uur de aandacht vasthouden is moeilijk
> beter: 45 min.
- - Eigen communicatie blijft een uitdaging

Sherlock Holmes gezocht!



- 3 - 12 jaar: 3 + en 6 +
- Speurnezentocht aan de hand van een museumplattegrond
- Onderweg: vragen + DOE-opdrachten
- Deelnemingsformulieren zijn vrij mee te nemen aan de infobalie
- Te winnen: 4 prijzenpakketten

Evaluatie



- + Afwijken van het traditionele aanbod
- + Lay-out
- + Verhaal rond 'Joske de beer'
- + Alle museummedewerkers betrokken
- + Opdrachten die uitnodigen tot interactie
- + Feedback: 'We hebben hem gevonden!'



Evaluatie



- - Reguliere bezoekers zijn hun houvast kwijt
- - Minder goed afgestemd op de jongsten

Gezinsaanbod algemeen



- Interactieve elementen
- Zoektochten (elke schoolvakantie)
- Gezinskoffer
- Voor groepen: Speelse rondleiding voor groot en klein

INTERACTIEVE ELEMENTEN



- Per afdeling
- Quiz, electro, bouwspeelgoed, drukknoppen, ...



ZOEKTOCHTEN



- 3 tot 6 jaar
- 7 tot 12 jaar
- Vb Zomervakantie 2014:
 - Het lievelingsspeelgoed van Nicky
 - Het droomplekje van Nicky



GEZINSKOFFER



- Ontdek het museum op een interactieve manier
- 4 tot 12 jaar



GEZINSKOFFER



- Voorheen: Gezinstas +6 jaar

- Keuze:

Extra activiteit voor -6 jarigen?



Nieuwe activiteit waaraan beide doelgroepen kunnen deelnemen?

GEZINSKOFFER



- Visie:
 - Aansluiten bij leeftijd > ≠ moeilijkheidsgraden
 - Aansluiten bij interesses:
 - Leerstijlen Kolb
 - ≠ muzische vormen
- Voorwaarden:
 - Samen, actief bezoeken
 - Gezinsaanbod ≠ kinderaanbod
 - Variatie
 - Testen

GEZINSKOFFER



- Evaluatie
 - Variatie > blijvende interesse
 - Gezinnen die koffer uitleen komen vaak voor hele dag > mag voldoende inzitten
 - Nadeel: te moeilijk voor gezinnen met enkel kinderen van 3 / 4 jaar
MAAR: kleutertas in aantocht
- Nieuw: "Speelse rondleiding voor groot en klein"

KOM EN ONTDEK!

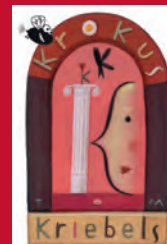


KROKUSKRIEBELS EDITIE 2012

- ▶ Inspiratiedagen voor deelnemende musea: uitnodiging
- ▶ Inspiratiedagen voor deelnemende musea: verslag en sfeerbeelden.
Zie: www.faronet.be/blogs/hildegard-van-genechten/verslag-krokuskriebels-inspiratiedagen-2012
- ▶ Verslag terugkomdag deelnemende musea.
Zie: www.faronet.be/blogs/hildegard-van-genechten/verslag-krokuskriebels-terugkomdag
- ▶ Evaluatieverslag Krokuskriebels 2012



Inspiratiedagen
Gezinsvriendelijke activiteiten in musea
tijdens Krokuskriebels
(18-26 februari 2012)
én het hele jaar rond!



Krokuskriebels nodigt je van harte uit op de inspiratiedagen rond gezinsvriendelijke activiteiten in musea. Is jouw museum al ingeschreven voor Krokuskriebels, dan word je zeker verwacht. Maar ook andere musea zijn welkom. Je krijgt dan wel de kriebels te pakken!

Inschrijven voor Krokuskriebels kan nog na de inspiratiedagen...

SUPERSIZE je museum!

met vitamines voor een blijvend resultaat...

met snoepjes zonder vervaldatum in familypack...

... en haal maximaal voordeel uit je gezinsactiviteiten!

Maar hoe pak je dat aan?

Krokuskriebels
is het
tweejaarlijks
museumproject van
de
Gezinsbond

Proevertjes uit de
praktijk:

**Ridders veroveren het kasteel:
een zoektocht voor kleuters**
(Zilvermuseum - Antwerpen)

The Campaign for drawing
(Agnes Vugt, Provinciaal museumconsulent NL-Limburg)

Familie-zondagen
(M HKA - Antwerpen)

Met de trolley op stap
(BOZAR - Brussel)

Goedgemutst!:
een crea-atelier zonder reservatie
(SteM - Sint-Niklaas)

Krokuskriebels is een supermooie gelegenheid om een gloednieuwe activiteit voor gezinnen op het getouw te zetten in je museum. Maar hoe kan je je gezinsactiviteit voorbereiden opdat ze niet alleen tijdens de Krokuskriebelsweek een absolute topper is maar ook in je permanent aanbod maximaal 'rendeert'? Deze vraag is het startpunt voor deze inspiratiedagen.

Tijdens de inspiratiedagen verkennen we eerst de praktijk (zie hiernaast) en laten we collega-medewerkers aan het woord. In een tweede deel gaan we zelf aan het 'denken en doen' waarbij we samen ideeën vertalen naar de eigen (Krokuskriebels)praktijk.

Begeleiding: Nele Van Bouwel, Mooss vzw



maandag

19 september 2011

Museum voor Schone Kunsten

Hofbouwlaan 29
(personeelsingang)

Gent

of

maandag

26 september 2011

Museum M

L. Vanderkelenstraat 28
Leuven

telkens van **10u tot 15u30**

(onthaal vanaf 9u30)

deelname & broodjesmaaltijd GRATIS

(inschrijving verplicht - max. 50 pers./dag)

Hoe inschrijven? via www.krokuskriebels.be

Een organisatie van: Met steun en medewerking van:



Gezinsbond



PROVINCIE
ANTWERPEN



PROVINCIE
VLAAMS • BRABANT



Provincie
West-Vlaanderen
Door mensen gestreft



Provincie
Oost-Vlaanderen
Voor ieder van ons.
provincie
Limburg
i.s.m. limburg.be



VLAAMSE
GEMEENSCHAPSCO
BRUSSEL
erfgoed



faro
VLAAMSE GEMEENSCHAPSCO
BRUSSEL

Met dank aan:



MSK
MUSEUM VOOR
SCHONE KUNSTEN
GENT



MUSEUM
LEUVEN

MUSEA OP GEZINSMAAT
18 februari - 26 februari 2012

Tijdens de krokusvakantie kriebelt het in meer dan 100 Vlaamse en Brusselse musea. Wat mag je verwachten? Leuke rondleidingen voor het hele gezin, spetterende animatie, creatieve workshops, zinderende zoektochten en meeslepende vertellingen. ... Ouders, grootouders en kinderen snuiven samen cultuur op!

Gezinsbond
 Provincie Limburg
 Provincie Antwerpen
 Provincie Oost-Vlaanderen
 Provincie West-Vlaanderen
 Provincie Vlaams-Brabant
 Provincie Brussel
 erfgoed
 faro

Krokuskriebels 2012 Evaluatie

We komen nog terug, zeker weten!

INLEIDING

Krokuskriebels is een cultuurparticipatieproject van de Gezinsbond in samenwerking met musea in Vlaanderen en Brussel, zowel de landelijk erkende musea als kleinere (heemkundige musea). Het project kreeg financiële en logistieke steun van de provincies Antwerpen, Limburg, West-Vlaanderen, Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant, Erfgoedcel Brussel/VGC en FARO, Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw

Met dit project willen wij gezinnen met jonge kinderen stimuleren om actief deel te nemen aan cultuur en aan activiteiten in musea of erfgoedsites. Anderzijds willen wij de deelnemende musea stimuleren om een publiekswerking voor kinderen in gezinsverband op te nemen in hun actieplan en uit te werken.

Tijdens de Krokuskriebelsweek van 18 tot en met 26 februari 2012 zetten de deelnemende musea hun deuren wagenwijd open en organiseerden zij tal van leuke en kriebelende activiteiten voor jong en oud.

In juni 2011 werd een uitnodiging verzonden naar alle musea die in 2010 deelgenomen hadden aan Krokuskriebels. Deze lijst werd aangevuld met adressen ons doorgespeeld door de provinciale museumconsulenten. Er werd ook een algemene oproep gelanceerd via de website van Faro. De musea werden uitgenodigd een projectvoorstel in te dienen. Alle ingediende projecten werden in oktober 2011 door de stuurgroep Krokuskriebels getoetst aan volgende criteria:

- Aantrekkelijke en vlot toegankelijke activiteiten op maat van kinderen in gezinsverband: voor kinderen van 3 tot 12 jaar samen met hun ouders/grootouders, op meerdere dagen tijdens de Krokuskriebelsweek. We vragen de musea om de klemtoon te leggen op een gezamenlijke actieve deelname van zowel volwassenen als kinderen waardoor hun betrokkenheid bij het project intenser wordt. Interactief en actief cultuur beleven is ons motto.
- Gezinsvriendelijke prijzen met extra korting voor leden van de Gezinsbond: het Krokuskriebelsaanbod is gratis voor kinderen tot 12 jaar, alle andere leden krijgen 50% korting.
- Een gezinsvriendelijke dienstverlening:
 - Een enthousiast, verwelkomend, kriebelend onthaal
 - Gezinsvriendelijke openingsdagen en –uren
 - Basisvoorzieningen op maat van groot en klein

Leden van de stuurgroep Krokuskriebels:

Gezinsbond: Tom Joos, diensthoofd SCW; Hilde De Weirdt, educatief medewerker doelgroepenwerking JGA; Hilde Marichal, educatief medewerker cultuur; coördinator Krokuskriebels; Jan Baeck, adjunct directeur-generaal SCS

Faro: Hildegarde Van Genechten, consulent publiekswerking; Leen Breyne, sectorcoördinator Erfgoeddag

Experten

Mieke De Ceuninck, medewerker Brusselse Museumraad; Marijke Wienen, erfgoedcoördinator Erfgoedcel Mechelen; Anne Milkens, museumconsulent provincie Limburg; afgevaardigde van de provinciale museumconsulenten in de stuurgroep

Voor het beoordelen van de ingediende voorstellen werden de volgende personen éénmalig uitgenodigd voor deelname aan de stuurgroepvergadering:

Jerina Colyn, stafmedewerker musea en erfgoed, MOOSS vzw
Trees Van Kersschaever, oud-medewerker Gezinsbond SCW en grootmoeder

INSPIRATIEDAGEN KROKUSKRIEBELS

Data, locatie en deelnemers:

19 september: Museum voor Schone Kunsten in Gent: 44 museummedewerkers

26 september: Museum M in Leuven: 28 museummedewerkers

Thema:

Krokuskriebels is een supermooie gelegenheid om een gloednieuwe activiteit voor gezinnen op het getouw te zetten in je museum. Maar hoe kan je je gezinsactiviteit voorbereiden opdat ze niet alleen tijdens de Krokuskriebelsweek een absolute topper is maar ook in je permanent aanbod maximaal 'rendeert'?

Deze vraag is het startpunt voor deze inspiratiedagen.

Doelstelling:

Uitgangspunt: Hoe laat ik mijn Krokuskriebelsactiviteit een jaar lang renderen?

Einddoel:

⇒ Via gevoerd denkproces en aangereikte ideeën hebben de deelnemers een haalbare activiteit op maat van hun museum in grote uitgewerkt

⇒ Deelnemers doen beseffen dat wat aanvankelijk onhaalbaar lijkt, best mogelijk is

⇒ deelnemers gaan met een ingevulde activiteitenfiche van KK naar huis

Begeleiding: Nele Van Bouwel, Mooss vzw

Programma en sprekers:

1. Proevertjes uit de praktijk:

- 'Ridders veroveren het kasteel: een zoektocht voor kleuters' – Zilvermuseum Antwerpen door Lynn Van Den Heuvel
- 'The Campaign for drawing' door Agnes Vugt, Provinciaal museumconsulent NL-Limburg
- 'Familie-zondagen' – M HKA Antwerpen door Sophie Gregoir
- 'Met de trolley op stap' – Bozar Brussel – door Sarah De Loenen
- 'Goedgemutst: een crea-atelier zonder reservatie' – SteM Sint-Niklaas door Miet Deckers

2. Aanzet tot nieuwe formats op basis van collectie gastmuseum – Nele Van Bouwel

3. Aan de slag!

4. Wat leren we van elkaar?

Verslagen sprekers: <http://www.faronet.be/krokuskriebels> (vanaf 9 mei 2012)

Evaluatie deelnemers:

Aan elke deelnemer werd na de studiedag via mail een evaluatieformulier opgestuurd.

aantal ingevulde evaluatieformulieren: 27

Overzicht van de antwoorden:

1. Met welke verwachtingen ben je naar deze studiedag gekomen?

Museummedewerkers schrijven zich voornamelijk in om inspiratie en nieuwe ideeën op te doen voor Krokuskriebels, goede praktijkvoorbeelden, bijleren over Krokuskriebels en netwerken uitbouwen. Zij vinden het belangrijk om ervaringen uit te wisselen over de wijze waarop men het aanbod op kinderen/gezinnen kan afstemmen.

Nieuwe musea komen naar de studiedag om zich te informeren over Krokuskriebels.

2. Werden deze verwachtingen ingelost?

Ja: 27

3. Wat vond je positief?

- o kennismaking met andere instellingen, uitwisseling ideeën timing
- o educatieve denkoefeningen
- o contact met collega's, kennismaking met mensen uit de sector ! goede voorbeelden
- o actief aan de slag gaan
- o bijdrage van de sprekers

4. *Welke aspecten zijn voor verbetering vatbaar?*

- o werken in groepjes mag meer gestructureerd
- o meer doorschuiven-afwisselen van groepjes
- o meer ruimte om met collega's in dialoog te gaan
- o bij de start een korte voorstelling: wie doet wat en kennismaking bv tijdens de pauze
- o deelnemers verdelen in functie van verschillende museumtypes
- o overzicht van de dag toevoegen in map
- o kadering Krokuskriebels + inhoud
- o theoretische input- hoe kinderen kijken, ...

5. *Heb je nog suggesties, bedenkingen, nieuwe thema's?*

- o tijd voorzien die leidt tot individuele babbels en zo tot eventueel samenwerking !!!!
- o meer praktische tips.
- o gastmusea laten vertellen over hun werking, rondleiding, ...
- o werken met doorschuifstelsel dat interactie vergroot.
- o vraag naar meerdere inspiratiemomenten.
- o musea ordenen per thema.
- o hoe kan je grootouders integreren?
- o andere actoren-buiten musea met gezinsbeleid laten spreken
- o Jammer dat het enkel een Nederlandstalig initiatief is

6. *Hoe tevreden ben je over deze activiteit?*

17 x tevreden

10 x heel tevreden

Samenwerking met provinciale museumconsulenten:

→ lay-out en inhoud van de uitnodiging bepalen

→ contacten en afspraken maken met de gastmusea

→ logistieke ondersteuning bij voorbereiding en bij organisatie van de dag zelf

KROKUSKRIEBELSMUSEA

Aantal deelnemende musea

Totaal: 97 (editie 2010: 86)

26% van de musea nam voor de eerste keer deel (**vet gedrukt in tabel**)

Provincie Antwerpen (N: 19)

| | |
|----------------------|--|
| Antwerpen | Museum Plantin-Moretus/ Prentenkabinet |
| Antwerpen | M HKA - Museum van Hedendaagse Kunst Antwerpen |
| Antwerpen | FotoMuseum Provincie Antwerpen |
| Antwerpen | Museum Rockoxhuis |
| Antwerpen | Diamantmuseum Provincie Antwerpen |
| Antwerpen | Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen in de Koningin Fabiolazaal |
| Antwerpen | Middelheimmuseum |
| Antwerpen | Museum Mayer van den Bergh |
| Antwerpen | MAS |
| Antwerpen-Deurne | Zilvermuseum Sterckshof |
| Geel | Gasthuismuseum St.-Dimpna |
| Lier | Stedelijk Museum Wuyts-Van Campen en baron Caroly |
| Mechelen | Stedelijke Musea Mechelen |
| Mechelen | Speelgoedmuseum Mechelen vzw |
| Mol | Jakob Smitsmuseum Mol |
| Schildre | Museum Albert Van Dyck |
| Sint-Katelijne-Waver | Het Groentemuseum |
| Turnhout | Natuurpunt Museum |
| Weert | De Zilverreiger vzw-Vlechtmuseum van Klein-Brabant |

Brussel (N: 14)

| | |
|--------------------|---|
| Brussel | Koninklijk Legermuseum |
| Brussel | Museum Nationale Bank van België |
| Brussel | Museum van de Stad Brussel |
| Brussel | Coudenberg-Voormalig paleis van Brussel |
| Brussel | Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis |
| Brussel | Muziekinstrumentenmuseum, mim |
| Brussel | BELvue Museum |
| Brussel | Paleis voor Schone Kunsten |
| Brussel | Koninklijke Musea voor Schone Kunsten van België |
| Brussel | BIP (Brussels Info Plein) - Experience Brussels |
| Brussel | art & marges museum |
| Brussel-Anderlecht | Erasmusmuseum |
| Brussel-Evere | Brussels museum van de Molen en Voeding |
| Brussel-Ukkel | Museum en Tuinen van Buuren |

Provincie Limburg (N: 14)

| | |
|----------------|--|
| Beringen | Vlaams Mijnmuseum |
| Hasselt | Modemuseum Hasselt |
| Hasselt | Literair Museum |
| Hasselt | Het Stadsmus |
| Hasselt | Z33 |
| Lommel | De Kolonie, Archeologisch en Historisch Museum |
| Maaseik | Musea Maaseik |
| Maaseik | John Selbach Museum |
| Neerpelt | MUSICA: Klankenbos |
| Peer | Bruegelmuseum |
| Peer | Museum voor Muziekinstrumenten |
| Sint-Truiden | Museum De Mindere |
| Tessenderlo | Bosmuseum Tessenderlo |
| Tongeren | Gallo-Romeins Museum |

Provincie Oost-Vlaanderen (N: 20)

| | |
|--------------------|---|
| Aalst | 't Gasthuys - Stedelijk Museum Aalst |
| Aalst | Netwerk / Centrum voor Hedendaagse Kunst |
| Boekhoute | bezoekerscentrum Boekhoute |
| Dendermonde | Stedelijke Musea Dendermonde |
| Eeklo | Bosinfocentrum - Provinciaal Domein Het Leen |
| Gent | STAM - Stadsmuseum Gent |
| Gent | Design museum Gent |
| Gent | Het Huis van Alijn |
| Gent | Kunsthof Sint-Pietersabdij |
| Gent | Museum Dr. Guislain |
| Gent | Museum voor Dierkunde-Universiteit Gent |
| Gent | Museum voor Schone Kunsten |
| Gent | De Wereld van Kina: Het Huis |
| Gent | MIAT |
| Kruishoutem | Europees Cartoon Centrum |
| Nevele | Het Kuipersmuseum |
| Oudenaarde - Ename | pam Ename |
| Sint-Niklaas | STeM |
| Velzeke | pam Velzeke |
| Wachtebeke | Mola - Het Provinciaal Molencentrum |

Provincie West-Vlaanderen (N: 19)

| | |
|------------------------|--|
| Blankenberge | Belle Epoque Centrum |
| Harelbeke | Peter Benoitmuseum |
| Ieper | Merghelynck Museum Ieper |
| Izegem | Borstelmuseum Izegem |
| Jabbeke | Permekemuseum Jabbeke |
| Knokke-Heist - Heist | Sincfala, Museum van de Zwinstreek |
| Koksijde | Abdijmuseum Ten Duinen 1138 |
| Kortrijk | Broelmuseum Kortrijk |
| Kortrijk | Kortrijk 1302 |
| Oostduinkerke | NAVIGO - Nationaal Visserijmuseum Oostduinkerke |
| Oostende | Fort Napoleon |
| Oostende | Mu.ZEE Oostende |
| Oostende | mu-zee-um & Ensorhuis |
| Poperinge | Hopmuseum Poperinge |
| Torhout | Kasteel Wijnendale |
| Veurne | Kasteel Beauvoorde |
| Veurne | Bakkerijmuseum Veurne |
| Wervik | Nationaal Tabaksmuseum |
| Zonnebeke - Passendale | De Oude Kaasmakerij |

Provincie Vlaams-Brabant (N: 11)

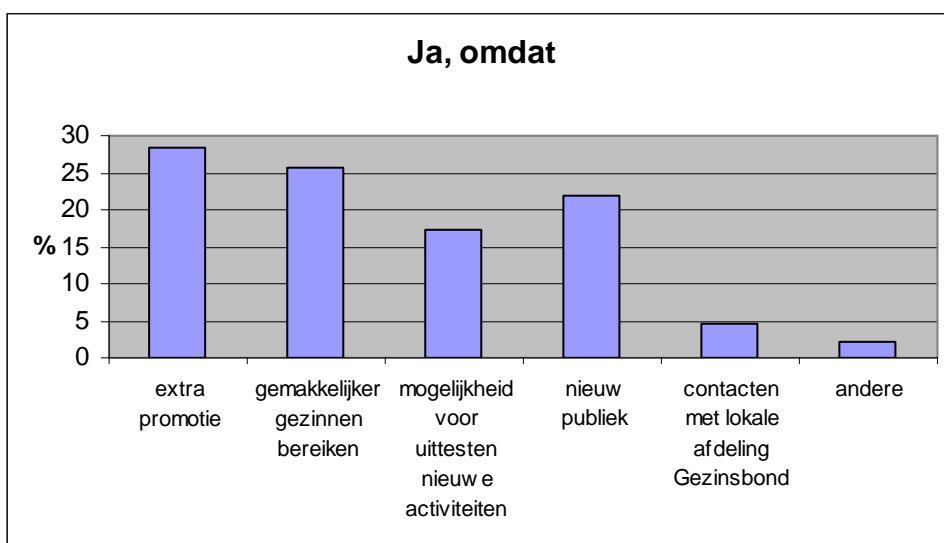
| | |
|-------------------|--|
| Diest | Stadsmuseum Diest |
| Gaasbeek | Kasteel van Gaasbeek |
| Gooik | Volksinstrumentenmuseum Gooik |
| Grimbergen | Het MOT (Museum voor de Oudere Technieken) |
| Hofstade-Zemst | Sportimonium vzw |
| Holsbeek | Kasteel van Horst |
| Kampenhout | Witloofmuseum |
| Leuven | Museum M |
| Meise | Nationale Plantentuin van België |
| Tervuren | Koninklijk Museum voor Midden-Afrika |
| Tienen | Suikermuseum Tienen |

Aan de deelnemende musea werd gevraagd na deelname een evaluatieformulier in te vullen. We polsten naar algemene tevredenheid, opkomst, gebruik van promotiematerialen, het aanbod, de gezinsvriendelijke werking van het museum en het effect hierop van Krokuskriebels, ... Op basis van de antwoorden komen we tot de volgende analyse.

Respons van musea: 78/97

Museummedewerkers die verantwoordelijk zijn voor meerdere musea hebben slechts 1 formulier ingevuld.

ALGEMENE INDRUK



Neen, omdat er te weinig interesse was, een te lage opkomst.

Voorals musea in Brussel klagen over een gebrek aan interesse bij Vlaamse gezinnen. Andere Brusselse musea zien Krokuskriebels dan weer als een gelegenheid om zich te profileren naar het Vlaamse landsdeel.

Door hun specifieke ligging maken de Brusselse musea zelf ook reclame voor Krokuskriebels in het Frans en met succes overigens.

PROMOTIEMATERIALEN EN PERSAANDACHT

PROMOTIEMATERIALEN

Voor deze editie van Krokuskriebels boden we gratis verschillende materialen aan:

- Digitale banner en button
gebruik: mails, digitale nieuwsbrieven, websites
- Folders op A5 formaat
met mogelijkheid om op de versozijde eigen activiteiten te kopiëren of om zonder extra opdruk te verspreiden.
- Affiches:
 - op A2-formaat
 - op A3-formaat
 - op A3-formaat met witruimte
- Bijdrukken Krokuskriebelskatern: 12-pagina's extra algemene informatie over Krokuskriebels en een gedetailleerd overzicht van de activiteiten per museum. Dit katern zat als bijlage bij 'De Bond', de 14-daagse gezinskrant van de Gezinsbond.
Datum: 21 januari 2012, oplage: 290.000 exemplaren

oplage promotiematerialen:

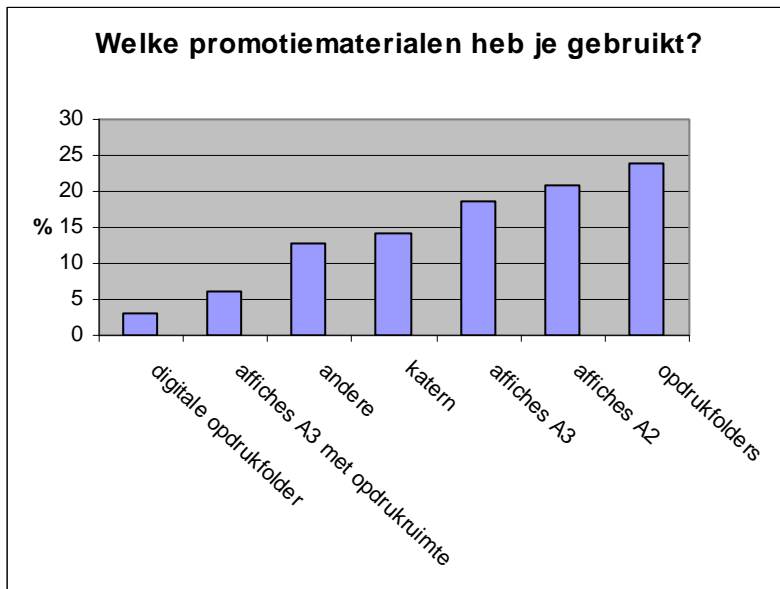
| | |
|--------------------------------------|--------|
| Flyers | 46.000 |
| Affiches op A2-formaat | 500 |
| Affiches op A3-formaat | 2000 |
| Affiches op A3-formaat met witruimte | 500 |
| katernen door musea besteld: | |
| Oost-Vlaanderen | 275 |
| West-Vlaanderen | 290 |
| Vlaams-Brabant en Brussel | 751 |
| Antwerpen | 505 |
| Limburg | 80 |

Standaard kregen alle musea 10 A3-affiches, 5 A2-affiches en 250 A5-folders

48 musea bestelden extra materialen.

Ook 11 afdelingen/gewesten van de Gezinsbond vroegen affiches en/of folders voor eigen lokale promotie.

We deden beroep op de firma Aeolus om gedurende twee maanden (januari, februari): 28.000 A5-folders te verspreiden in de displays op 373 locaties (cultureel netwerk Vlaanderen en Brussel).



Andere?

- Eigen affiches met logo van Krokuskriebels
- Uitnodigingskaart
- Direct mailing
- Blog
- Eigen folder
- Eigen facebook/twitter
- Eigen nieuwsbrief
- Website van het museum

Krokuskriebels was ook op de sociale media aanwezig via een eigen facebookpagina.

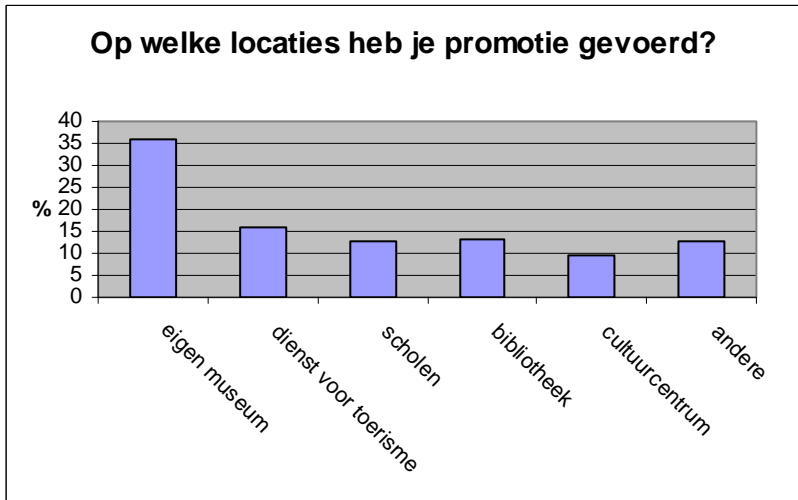
Voor de promotie van het project werd een promotiefilmpje aangemaakt dat werd verspreid via facebook, YouTube, Krokuskriebelswebsite, ...

Vermelding van Krokuskriebels op de websites van de musea:

Eigen onderzoek wees uit dat nog te weinig musea Krokuskriebels op één of andere manier vermelden op hun website of hierop een link maken naar de Krokuskriebelswebsite ondanks het aanbod van een Krokuskriebelsbanner en –button, het logo van Krokuskriebels en een voorbeeld van promotekst. 37% maakt geen enkele vermelding van Krokuskriebels op hun eigen website.

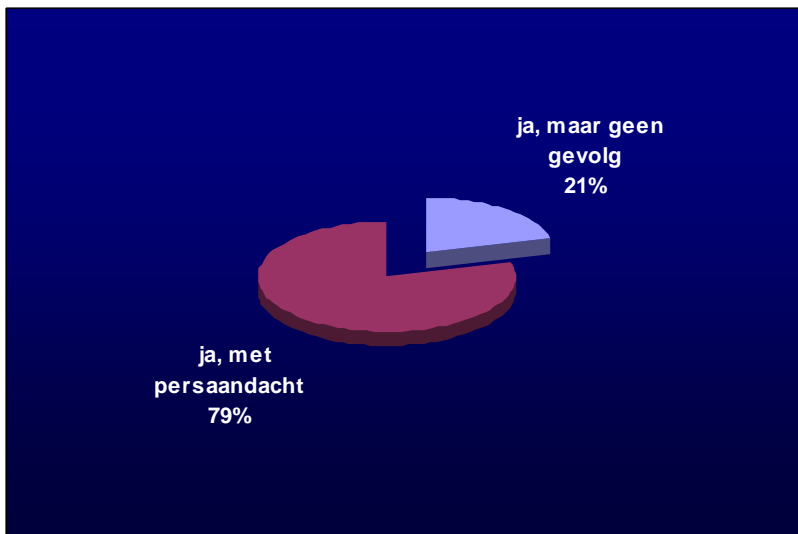
Suggesties van museummedewerkers in verband met promotie en -materiaal:

- Aanbod van musea uit eenzelfde stad/gemeente op één folders zetten.
- Extra banners
- Gadgets voor de deelnemers
- Een persconferentie organiseren op maandag, op een dag dat de meeste musea gesloten zijn zodat ook zij aanwezig kunnen zijn.
- Meer plaats voorzien op affiches en folders voor eigen programma.



Andere? Overheidsdiensten, gemeentelijke diensten, winkels, lokale festivals

PERSAANDACHT



Promotie vanuit Gezinsbond naar eigen vrijwilligers en leden

Artikel over Krokuskriebels in **BraVo!**, infoblad voor vrijwilligers van de Gezinsbond in editie van 15/8/2011, 1/10/2011 en 1/12/2011

Op de **website voor vrijwilligers** werd uitvoerig aandacht besteed aan Krokuskriebels met een link naar de website van Krokuskriebels en een mogelijkheid om online promotiematerialen te bestellen voor eigen promotie.

79 afdelingen schreven zich in op de **mailinglijst** van Krokuskriebels en ontvingen tweemaal de nieuwsbrief 'kriebelend nieuws' met extra info over het project en de deelnemende musea.

Krokuskriebels werd toegelicht in een **folder** op maat van GOSA (Grootouders- en SeniorenActie) en in de **nieuwsbrief** voor opvoedingsondersteuning.

De **educatieve medewerkers** van de Gezinsbond werden uitvoerig ingelicht over Krokuskriebels via mail en info op hun maandelijkse teamvergaderingen. Op hun beurt brachten zij het project ter sprake op eigen provinciale en gewestelijke vergaderingen en activiteiten.

In '**De Bond**', de 14daagse gezinskrant voor leden van de Gezinsbond (oplage 290.000), werd in verschillende edities duiding gegeven over Krokuskriebels:

→ 16/12/2011: 'Wordt figurant in een Bruegelschilderij'

→ 20/01/2012: 'Er viel zoveel te beleven!' + extra katern Krokuskriebels (12 pagina's)

→ 17/02/2012: 'In de ban van de held: het John Selbachmuseum in Maaseik'

De uitzending van **Radio Gezinsbond** op 7/02/2012 ging ondermeer over Krokuskriebels met een interview met Hilde Marichal en medewerkers van twee Krokuskriebelsmusea.

De folder '**Je lidkaart meer waard**' met talrijke kortingsacties werd in het najaar 2011 verspreid naar alle leden-gezinnen (oplage ca. 410.000) en als wervingsfolder gevoegd bij de vraag om betaling van het lidgeld 2012. Krokuskriebels werd hierin kort voorgesteld.

Regionale en nationale persaandacht:

We noteerden de volgende artikels in de geschreven pers en interviews op radio en televisie. Deze lijst is zeker niet exhaustief:

Tijdschriften

15dec.'11 - Krokuskriebels musea op Gezinsmaat (Museumkrant)

15 maart '12

18 januari Krokuskriebels (Vitaya)
(febr.nr)

8 februari 18-26/02 (Knack Weekend)

15 februari Tips voor de krokusvakantie (wablief)

16 februari Wat zullen we spelen, 7 dagen lang? (Libelle)

Februari '12 Olympische Krokuskriebels (Gemeenteberichten Zemst)

Nr. 63 – febr. Krokuskriebels (Uit in Hasselt)

Februari '12 Krokuskriebels (Pasar)

Februari '12 Begijnhof op stellen ! (Stadsmagazine Dendermonde)

Kranten

26 dec.'11 Krokuskriebels zetten begijnhof op stellen – 26/12/2011 (Nieuwsblad.be)

26 dec.'11 Krokuskriebels bij stadsdiensten (Het Laatste Nieuws)

21 januari Beleef de winter in Oostduinkerke (HBVL)

21 januari Plantentuin toont ingetogen pracht (Nieuwsblad.be)

1 februari Op naar een actieve krokusvakantie (De Streekkrant)
 1 februari Word lakei in Merghelynck (Het Laatste Nieuws)
 1 februari Op stap met het koffertje (De Streekkrant)
 1 februari Gezinsbond blikt terug en vooruit (De Streekkrant)
 4 februari 't Heuvelhof heeft een hart voor kinderen (Nieuwsblad.be)
 8 februari Olympische krokuskriebels (GVA Mechelen)
 8 februari Krokuskriebels (De Streekkrant Haacht)
 8 februari Krokuskriebels in Gasthuismuseum (De Streekkrant Mol-Geel)
 8 februari Krokuskriebels in het Merghelynck Museum (De Streekkrant Westland)
 8 februari Krokuskriebels (De Streekkrant Kluisbergen)
 8 februari Musea op Gezinsmaat (De Streekkrant Diest)
 8 februari Krokuskriebels in PAM (De Streekkrant Vlaamse Ardennen)
 8 februari Krokuskriebels (De Streekkrant)
 10 februari Kriebeldag in musea (Krant van West-Vlaanderen)
 10 februari Krokuskriebels (Krant van West-Vlaanderen editie Gaver)
 10 februari Krokuskriebels (Krant van West-Vlaanderen editie Torhout)
 10 februari Kleine kasteelheren (Krant van West-Vlaanderen)
 11-12 febr. Op stap in de krokusvakantie (Het Laatste Nieuws)
 12 februari Krokuskriebels bij Merghelynck (Nieuwsblad.be)
 14 februari Krokuskriebels in MOT en Plantentuin (Het Laatste Nieuws)
 14 februari Krokuskriebels in Velzeke (Nieuwsblad.be)
 14 februari Krokuskriebels (GVA Kempen editie Kempen)
 15 februari Krokuskriebels (GVA Metropool Stad)
 15 februari De Gezinsbond wil meer gezinnen met kinderen in het musea (Nieuwsblad.be)
 15 februari Verkleedpartij voor Bruegeltentoonstelling (Nieuwsblad.be)
 16 februari Krokuskriebels in het Begijnhofmuseum (GVA Waas en Dender)
 16 februari Programma Krokuskriebels (GVA Waas en Dender)
 16 februari Kinderen proeven van 'Krokuskriebels' (Het Laatste Nieuws De Ring)
 16 februari Krokuskriebels zet 'Begijnhof op stelten' (Het Laatste Nieuws Dendermonde)
 16 februari Krokuskriebels bij stadsdiensten (Het Laatste Nieuws)
 17 februari Krokuskriebels (metro)
 17 februari Krokuskriebels in Europees Cartoon Centrum (Nieuwsblad.be)
 17 februari Jongeren brengen Breugel tot leven (Het Laatste Nieuws Mechelen Lier)
 17 februari Op speurtocht in musea (Het Laatste Nieuws Vlaamse Ardennen)
 17 februari Krijg de Krokuskriebels ! (Krant van West-Vlaanderen)
 17 februari Oude Kaasmakerij (Krant van West-Vlaanderen)
 17 februari Uit naar.....de krokusvakantie (metro)
 17 februari Krokuskriebels (GVA Waas en Dender)
 18 februari Kriebelvakantie (Het Laatste Nieuws)
 18 februari Krokuskriebels in Kasteel (Nieuwsblad.be)
 18 februari Zelf je juwelen ontwerpen (GVA Metropool Stad)
 18 februari Sportimonium zorgt voor olympische krokuskriebels (GVA Mechelen)
 18 februari Kleuters op ontdekkingstocht in museum De Mindere (HBVL Sint-Truiden)
 18 februari Activiteiten in de krokusvakantie: wat, waar en wanneer? (GVA Kempen)
 18 februari Krokuskriebels (HBVL)
 18 februari Krokuskriebels in Gasthuismuseum (Het Laatste Nieuws Kempen)
 19 februari Kids voelen Krokuskriebels (De Zondag, Brugge Oostkust)
 19 februari Krokuskriebels in het museum (De Zondag, West-Vlaanderen Zuid)
 19 februari Spoken of sproken? (De Zondag, Brugge, Oostkust)
 19 februari Knutselen in het STeMmuseum (De Zondag, Waasland)
 20 februari Krokuskriebels waren een succesnummer (Het Laatste Nieuws)
 21 februari Krokuskriebels – 21/02/2012 (Nieuwsblad.be)
 22 februari Krokuskriebels in Het Leen – 22/02/2012 (Nieuwsblad.be)
 22 februari Krokuskriebels Ruiken, kijken, voelen in 1894 (Nieuwsblad.be)
 22 februari MIAT lanceert nieuw kinderspel – 22/02/2012 (Nieuwsblad.be)
 24 februari Een zakje vol – 24/02/2012 (Nieuwsblad.be)
 24 februari Video: Krokuskriebels: De wereld van Doortje, Matroos en Guus (Nieuwsblad.be)
 25 februari Krokuskriebels (HBVL – Tongeren)

- 26 februari Krokuskriebels (HBVL – Lommel)
- 26 februari De laatste kriebels (De Zondag, Brussel-Rand)
- 26 februari Wonderelfen van Peterke (De Zondag, West-Vlaanderen Zuid)
- 26 februari Krokuskriebels (De Zondag, Dendermonde/Aalst)
- 26 februari Krokuskriebels (De Zondag, Kempenland)
- 26 februari Kriebels (De Zondag, West-Vlaanderen Zuid)

Radio

- 7 februari Radio Gezinsbond (radio 1, net na het nieuws van 20u.)
 - Krokuskriebels (één van de items)
 Radio Gezinsbond kan online beluisterd worden op de website onder publicaties – Radio Gezinsbond
- 17 februari Interview Krokuskriebels op Radio 2, Vlaams-Brabant
Voel de Krokuskriebels (FM Brussel) in het programma Klets

Internet

- Januari Krokuskriebels (Persbericht spinrag) (www.cultuurcentrumkortrijk.be)
- Februari Tip voor de krokusvakantie: krokuskriebels (www.kidswelkom.be)
Naar het museum tijdens de krokusvakantie woman matters nr. 253 (www.6minutes.be)
- 17 februari In heel Vlaanderen en Brussel (www.cobra.be)
- Februari Krokuskriebels (groot)ouders en kinderen snuiven samen cultuur op! Nieuwsflash (www.antwerpen.be)
- Februari Krokuskriebels door de Gezinsbond van 18 februari tot en met 26 februari Nieuwsbrief Erfgoedcel CO7 – 34 (www.erfgoedcelco7.be)
- Februari Krokuskriebels Nieuwsbrief februari Projectvereniging TERF (www.erfgoedcelterf.be)
- Februari Krijg jij ook de kriebels van musea? (Nieuwsbrief Opvoedingsondersteuning)
- Februari Krokuskriebels 2012 – Begijnhof op stelten! (www.dendermonde.be)

Televisie

- 18 februari Saartje voelt krokuskriebels in het programma Vlaanderen vakantieland VRT Eén
- 22 februari Beeldverslag van Wervikse krokuskriebels op Focus-WTV
- 22 februari Reportage over Krokuskriebels in Lier (Breugel) in het RTV-Mechelen nieuws.
- 26 februari Reportage over Krokuskriebels op TV-Brussel tijdens het nieuws van 18u.

Externe partners voor promotie- en mediacampagne

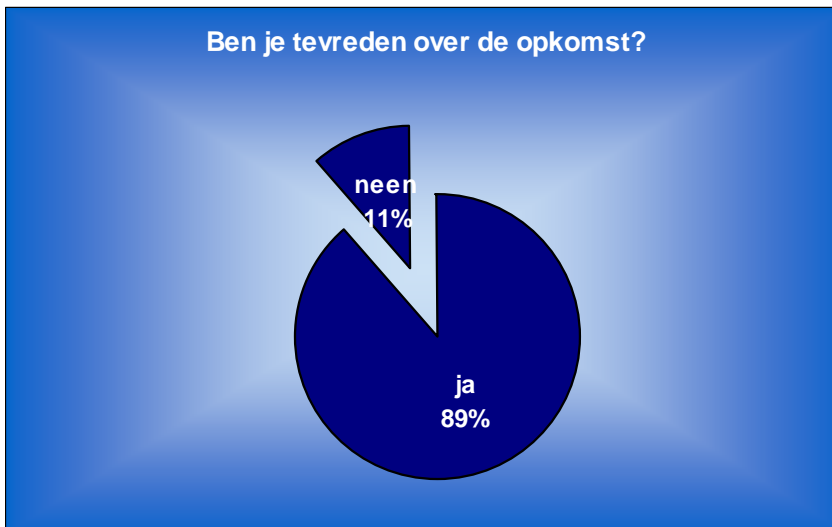
Vlieg en UitinVlaanderen

CultuurNet Vlaanderen focust met de vliegcampagne heel sterk op de doelgroep kinderen en gezinnen. Deze organisatie is dan ook een partner bij uitstek voor Krokuskriebels. De actie werd vermeld in de Uitmail van 16/2 en als kindertip op de website UitinVlaanderen.be kort voor de start van Krokuskriebels. Het logo van Vlieg prijkt op alle promotiematerialen van Krokuskriebels.

Uitdatabank

Er was een samenwerking op het vlak van input van gegevens vanuit de website van Krokuskriebels naar de Uitdatabank. Deze info werd gepubliceerd op de website UitinVlaanderen.be. Zo werd ook hier het project Krokuskriebels zichtbaar en uniform voorgesteld.

OPKOMST



Niet tevreden?

- Te weinig deelnemers, ondanks het interessante aanbod
- Te weinig reservaties, wel succes bij mensen die toevallig aanwezig waren
- Meer activiteiten in de week voorzien
- Groot aanbod van activiteiten voor kinderen in de krokusvakantie

ACTIVITEITEN

- 45% activiteiten zonder reservatie
- 20% activiteiten met reservatie
- 35% gemengd aanbod

AARD VAN DE ACTIVITEITEN

- 47% ontdekkingstochten, zoektochten, opdrachten met kijk- en doeboekjes of doetassen, spel- en reiskoffers
- 29% creatieve ateliers en workshops allerhande
- 11% interactieve rondleidingen met gids
- 7% spelparcours
- Slechts beperkt: lezingen, gesprekken, vertellingen, film en theater

ACTIVITEITEN PER LEEFTIJD

- 43% activiteiten voor 6-12 jaar
- 32% activiteiten voor 3-12 jaar
- 14% activiteiten voor 3-7 jaar
- 8% activiteiten voor 8-12 jaar
- 5,8% activiteiten voor 7-9 jaar / 10-12 jaar

In veel mindere mate worden activiteiten aangeboden voor zeer kleine doelgroepen: 5-8 jaar, 3-9 jaar, 4-10 jaar

Ouders vragen meer aanpassing van de activiteiten aan de specifieke leeftijden. Een aanbod voor 3-12 jaar is zeer vaag. Vaak moeten de ouders zelf de activiteit vertalen naar de kleinsten toe. Differentiatie is dus zeer belangrijk in de uitwerking van de activiteiten. Meer nog op maat van de capaciteiten/beperkingen van de leeftijdsgroep werken. Elke leeftijd vraagt zijn specifieke aanpak.

ACTIVITEITEN MET RESERVATIE



Mensen moeten weigeren?

Ja: 32%

Neen: 68%

ACTIVITEITEN IN EEN DOORLOPEND AANBOD



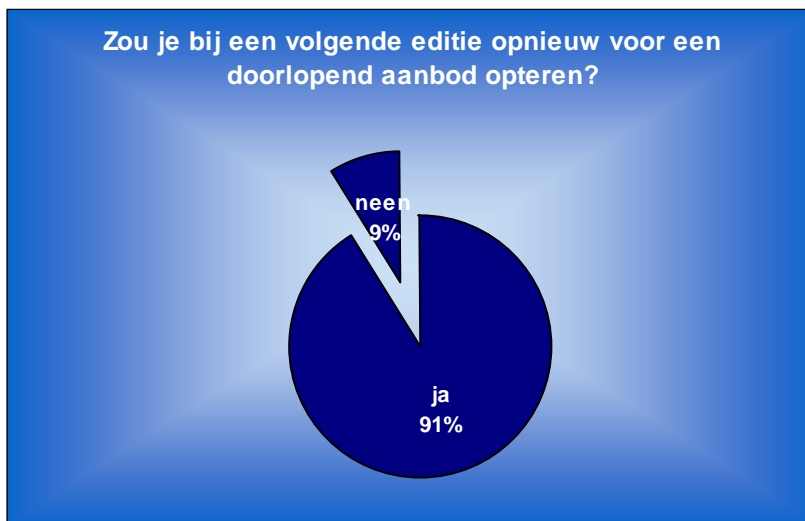
argumenten pro:

- Laagdrempelig
- Minder administratie, medewerkers, geen extra werkdruk
- Gezin kan de activiteit op eigen tempo doen
- Je moet niemand weigeren
- Mooi alternatief indien activiteiten met reservatie volzet zijn
- Je kan activiteiten op maat van elke leeftijd organiseren
- Ideaal voor late beslissers
- Je bent heel de week zichtbaar

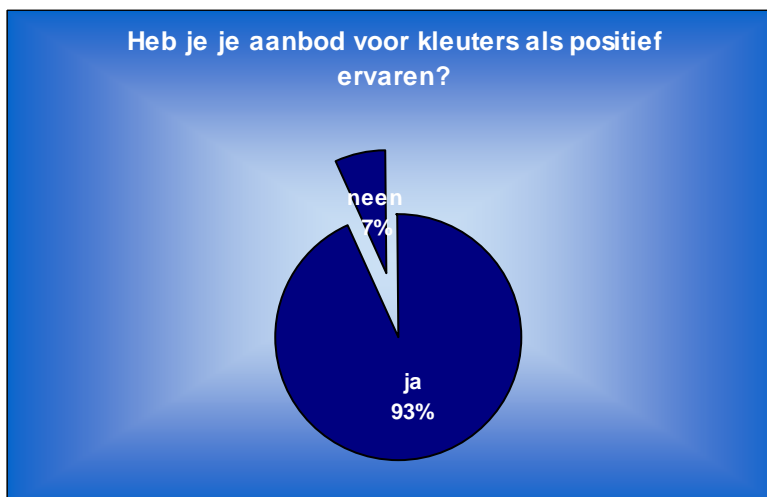
Argumenten contra:

→ Moeilijk inschatten van aantallen materialen, deelnemers

→ Voorbereiding is moeilijker vooral bij aanbod van drop in-drop out activiteiten



SPECIFIEKE ACTIVITEITEN VOOR KLEUTERS



Waarom niet?

→ De activiteit was niet echt op maat van de kleuters

→ Ouders moeten veel begeleiding bieden en niet iedereen kan dat

→ Voor sommige kleuters was het te vermoeiend omdat ze nog jong waren.

Waarom wel?

→ Er is veel vraag naar

→ Zo maken ook deze hele kleine kinderen kennis met het museum

→ Het enthousiasme is groot bij deze leeftijdsgroep

Aandachtspunten:

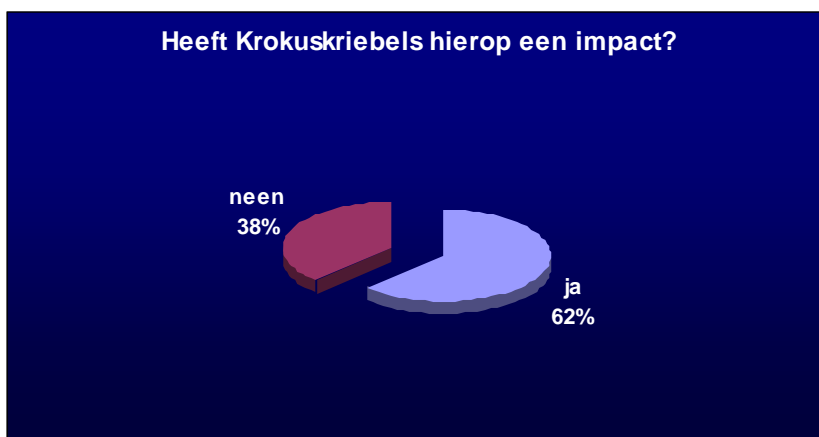
- De activiteit moet echt op maat zijn van de kleuters
- Drie jaar als ondergrens is erg jong
- Ouders moeten kleuters kunnen stimuleren

ONTHAAL

Het onthaal werd in hoofdzaak georganiseerd via de ontvangstbalie van het museum. Redelijk veel musea gaven aan dit onthaal een 'special touch':

- Extra persoon aan de balie voor een persoonlijk welkom en uitleg over het aanbod
- Mooie versiering al dan niet in het thema van de collectie of met krokusjes
- Aparte balie, al dan niet in een apart lokaal
- Hapje en een drankje
- Attentie, een cadeautje
- Instructievideo
- Speciale mapjes
- Kindervernissage

GEZINSVRIENDELIJKE WERKING VAN HET MUSEUM



Welke impact?

- Je krijgt een publiek dat je anders moeilijk bereikt
- Je bereikt gezinnen met heel jonge kinderen
- Je leert veel bij over de uitwerking van activiteiten op gezinsmaat (vb. samenstellen van een doeboekje)
- Het zet je aan om gezinsactiviteiten in je reguliere werking op te nemen
- Het is een testlabo

Enkele concrete resultaten van Krokuskriebels:

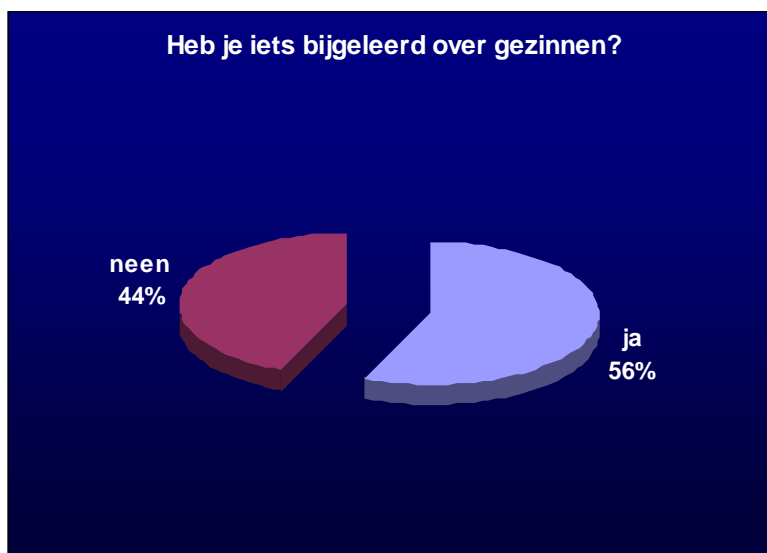
Het Koninklijk Museum voor Schone Kunsten in Antwerpen gaat tijdens de zomermaanden nieuwe rondleidingen voor families aanbieden in hun tentoonstelling 'De Modernen'. De nadruk zal gelegd worden op een goede mix van informatie, opdrachten en creativiteit. Zij stappen meer en meer af van het principe van gescheiden rondleidingen voor kinderen en volwassenen.

Het Broelmuseum in Kortrijk ontwikkelde voor Krokuskriebels het WAAROM-koffertje, een spelkoffer vol verrassingen en rare voorwerpen. De inspiratie hiervoor hadden de medewerkers opgedaan tijdens de inspiratiedagen van Krokuskriebels. Gezinnen gingen met het koffertje op ontdekkingstocht in het museum en kwamen via associaties tussen voorwerpen in het koffertje en de collectie van alles te weten over de kunstwerken in het museum.

Dit koffertje blijft ook na Krokuskriebels behouden als aanvulling op het bestaande familie-aanbod.

Het nieuwe gezinsparcours 'Zeemonsters en co' van het NAVIGO-museum in Oostduinkerke beleefde zijn try-out tijdens Krokuskriebels. Er werd feedback gevraagd aan de gezinnen. Deze feedback werd verwerkt waarna het parcours definitief gelanceerd wordt.

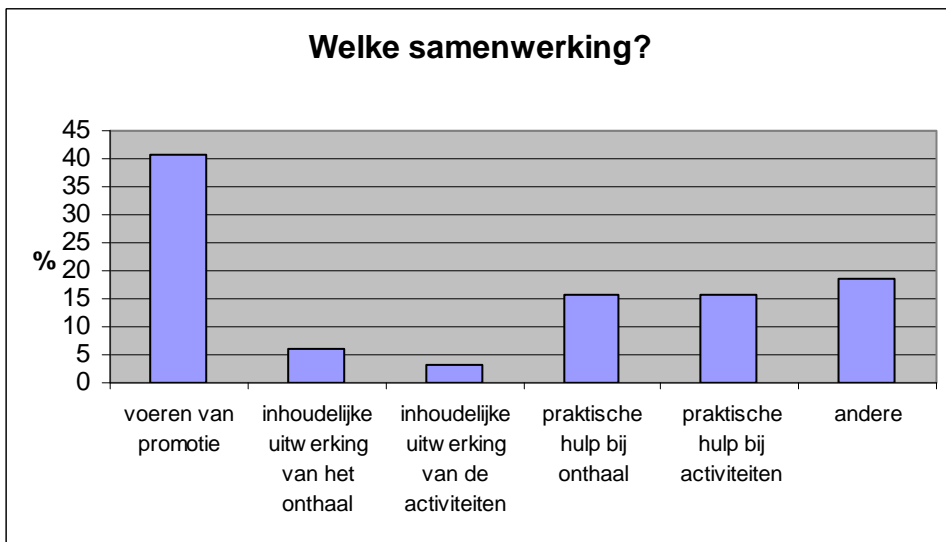
Het Provinciaal Archeologisch Museum Velzeke zal vanaf nu jaarlijks 'Graaf allemaal' uitgeven, een programmabrochure met een overzicht van activiteiten voor kinderen/gezinnen.



Wat heb je bijgeleerd?

- Het aanreiken van iets specifiek voor kinderen laat ouders toe het museum optimaal te bezoeken
- Reflectie is belangrijk. Krokuskriebels doet je reflecteren
- Eenvoudige concepten scoren het best: makkelijk en laagdrempelig
- Je aanbod moet op maat zijn van alle leeftijden binnen het gezin
- 'doen' is wat gezinnen willen, ouders en grootouders vragen naar interactie
- De houding van het personeel is cruciaal voor het goed functioneren van het aanbod

SAMENWERKING MET DE GEZINSBOND



Andere?

- Standje met folders
- Aanvragen voor een groepsactiviteit
- Foto's trekken van een activiteit

DEELNEMERS

AANTAL DEELNEMERS

Totaal aantal deelnemers: 35.590 deelnemers **effectief geregistreerd**
(editie 2010: 38.122)

opgesplitst per provincie en Brussel geeft dit:

| | |
|---------------------------|--------|
| Provincie Antwerpen | 4.244 |
| Provincie Limburg | 4.524 |
| Provincie Oost-Vlaanderen | 7.328 |
| Provincie Vlaams-Brabant | 10.279 |
| Provincie West-Vlaanderen | 6.333 |
| Brussel | 2.882 |

58% volwassenen, 42% kinderen jonger dan 12 jaar.

Kanttekening bij registratie van bezoekers:

De registratie van de deelnemers is niet altijd even gedetailleerd en accuraat kunnen gebeuren. Zeker deelnemers aan doorlopende activiteiten/open aanbod werden niet steeds geregistreerd.

Musea geven ook soms enkel het aantal gezinnen op. Bij de opgave van de aantallen wordt niet steeds een onderscheid gemaakt tussen volwassenen en kinderen.

Dit verklaart ook enigszins de grote verschillen tussen de verschillende provincies.

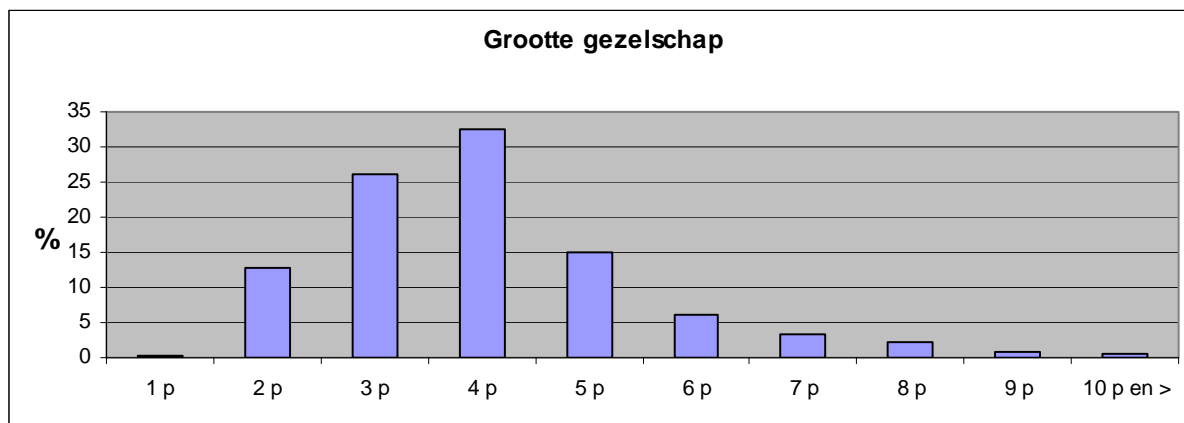
We mogen concluderen dat het aantal werkelijke bezoekers zeker hoger ligt.

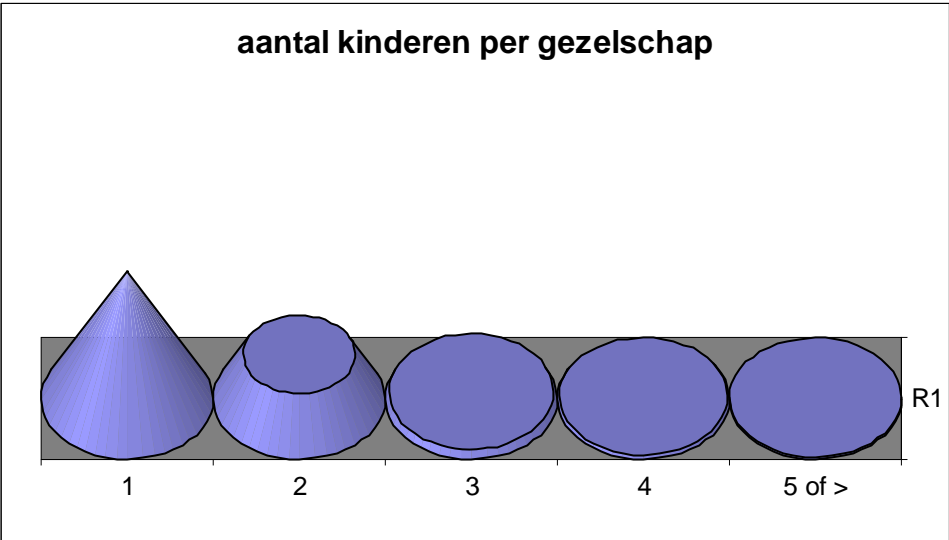
Ook het lidmaatschap van de Gezinsbond werd niet steeds geregistreerd.

Aan de deelnemende gezinnen werd gevraagd na deelname een evaluatieformulier in te vullen. Dit kon online via de website van Krokuskriebels of schriftelijk ter plekke in het museum. We polsten naar grootte van het gezelschap, samenstelling, leeftijd van de kinderen en tevredenheid over het aanbod. Als extra stimulans om de formulieren in te vullen bouwden we een wedstrijdelement in. Op basis van de antwoorden komen we tot de volgende analyse.

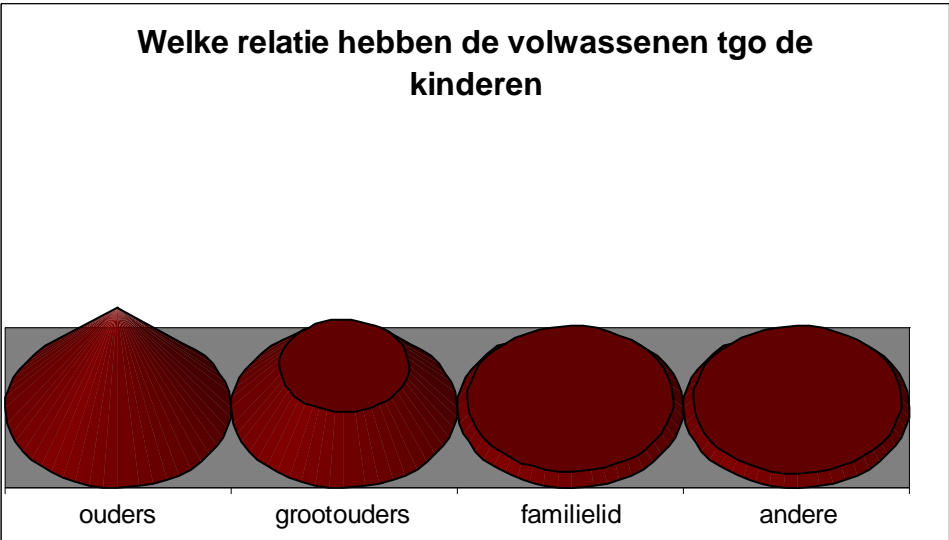
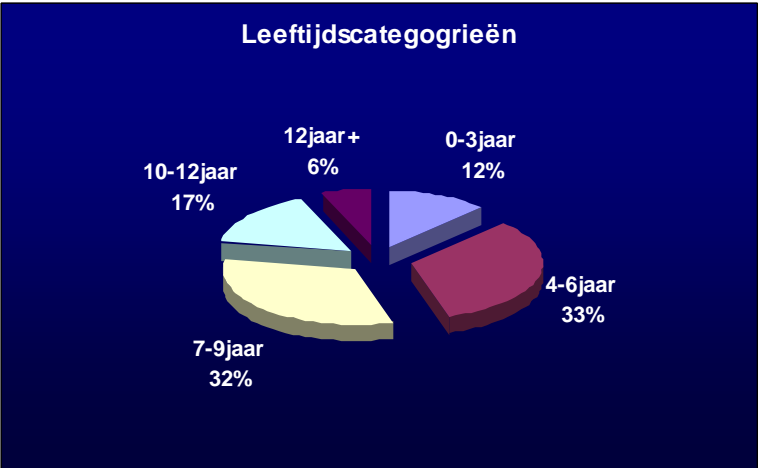
Deze analyse is gebaseerd op 1425 ingevulde vragenlijsten.

INFO OVER DE DEELNEMENDE GEZINNEN



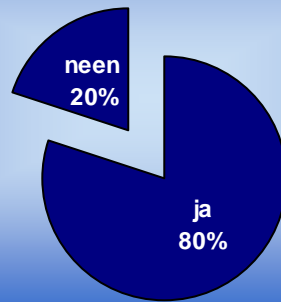


1: 70% / 2: 24% / 3: 4% / 4: 1% / 5 of meer: te verwaarlozen

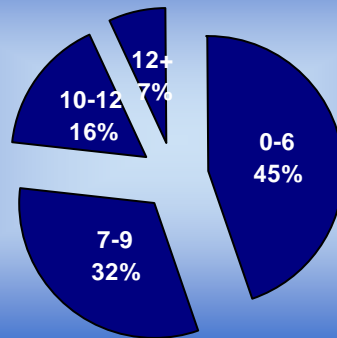


Ouders: 63% / grootouders: 26% / familie: 6% / anderen: kennissen, vriendjes van de kinderen

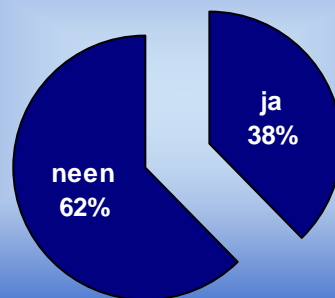
Is het de eerste keer dat jullie samen aan Krokuskriebels deelnemen?



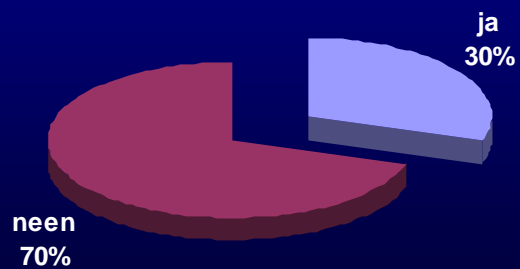
Zo ja, welke leeftijd hebben de kinderen?



Is dit de eerste keer dat je met je kleinkinderen deelneemt aan Krokuskriebels?

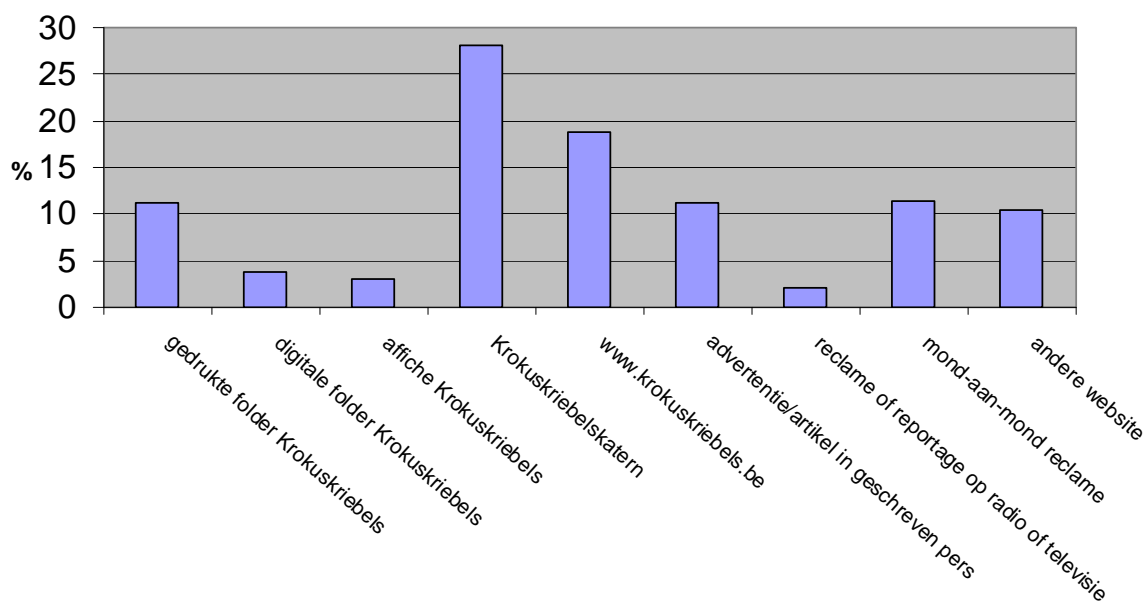


Bracht je een bezoek aan meerdere musea?

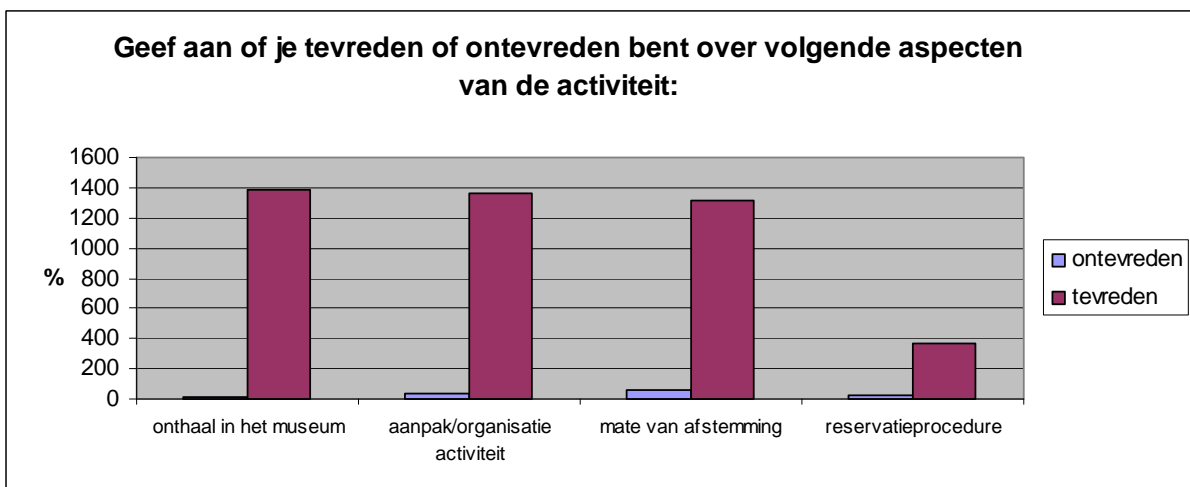
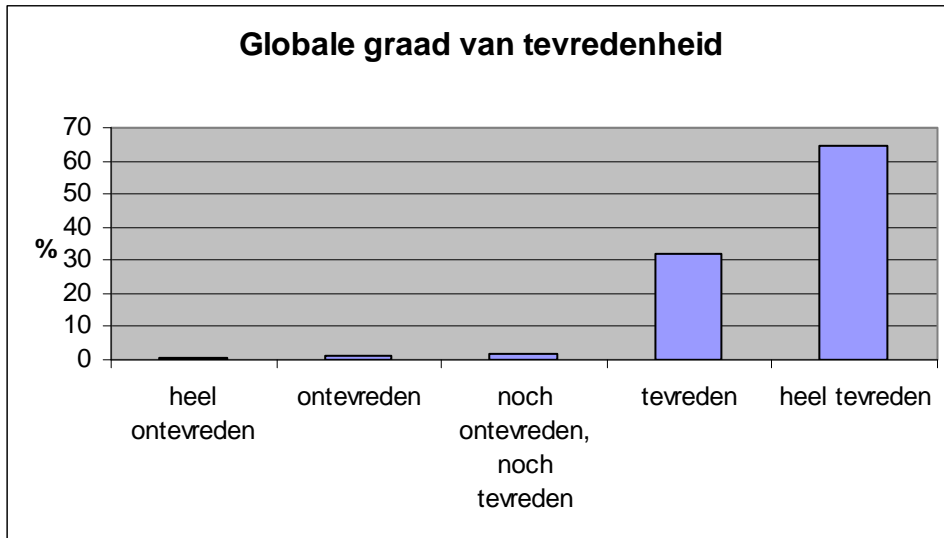


PROMOTIECAMPAGNE

Hoe ben je geïnformeerd over Krokuskriebels?



APPRECIATIE VAN KROKUSKRIEBELS



Niet tevreden?

Onthaal:

- Verschillende medewerkers geven verschillende info
- Verkeerde info: over reservatie, startuur, locatie
- Te weinig betrokkenheid, begeleiding van de medewerkers
- Onvriendelijk personeel

Aanpak/organisatie activiteit:

- Vlag dekt de lading niet
- Opdrachten moeilijk te vinden
- Te weinig actief, interactief: ouders staan erbij en kijken ernaar
- Duurt te lang

Mate van afstemming:

- Activiteit is te moeilijk voor de opgegeven leeftijd
- Geen differentiatie qua leeftijd
- Te moeilijke info

Reservatieprocedure:

- Enkel mogelijkheid om ter plekke te reserveren: workshops onmiddellijk volzet, veel ontgoochelde kinderen

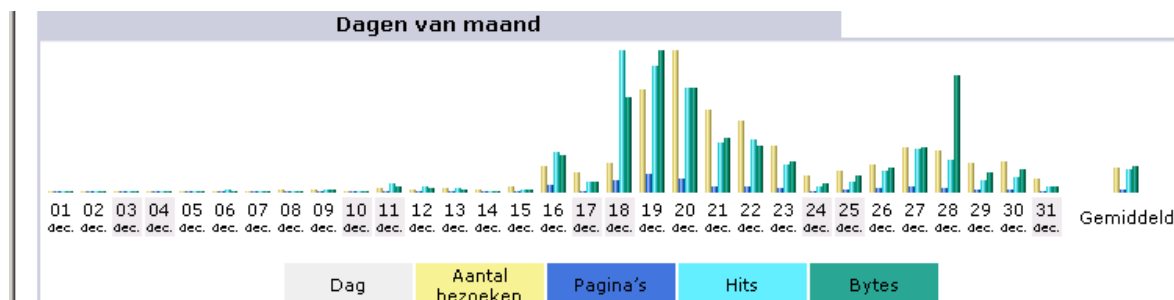
WEBSITE KROKUSKRIEBELS

De website www.krokuskriebels.be was online op 16 december 2011

| maand | unieke bezoekers | aantal bezoeken |
|---------------|------------------|-----------------|
| december 2011 | 683 | 960 |
| januari 2012 | 5.951 | 8.045 |
| februari 2012 | 10.773 | 14.805 |
| maart 2012 | 526 | 907 |
| | 17.933 | 24.717 |

Piekmomenten:

December 2011

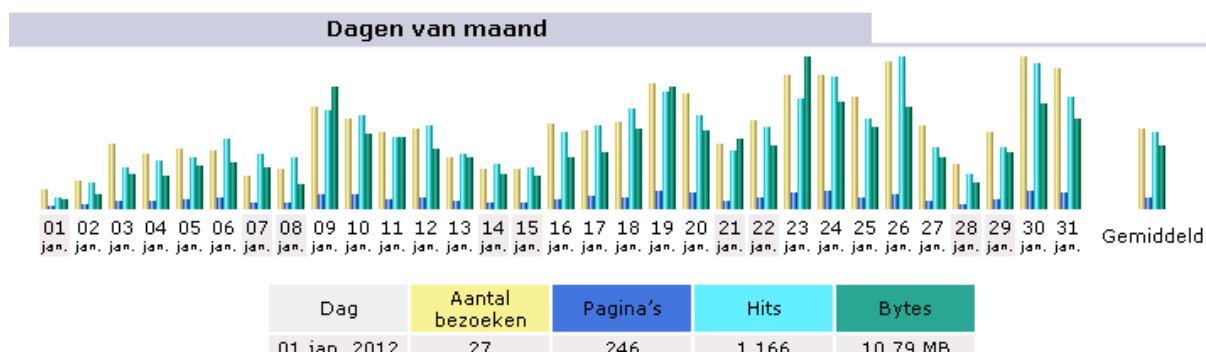


19-20-21 en 22 december: op 16/12 werd de site gelanceerd en in de editie van de Gezinskrant van 16 december was hierrond redactionele aandacht:

Aantal bezoeken op:

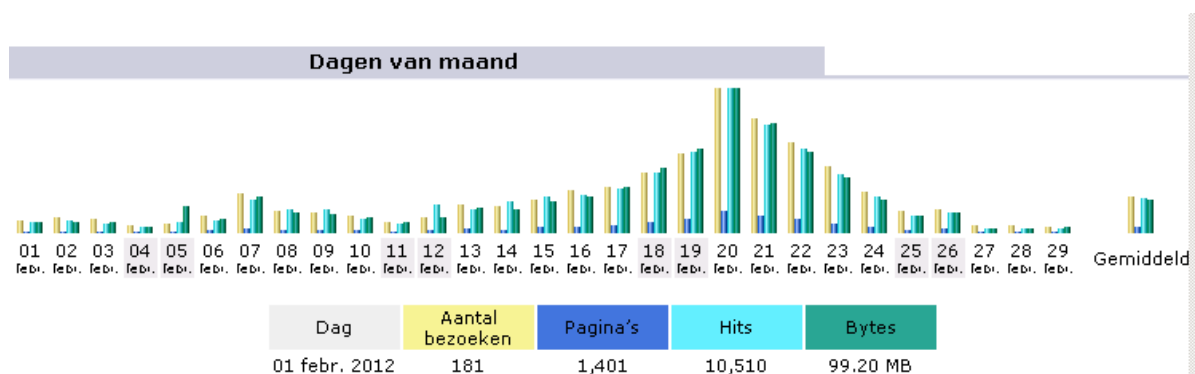
19/12: 14% van het totaal van december
 20/12: 19% " "
 21/12: 11% " "
 22/12: 10% " "

Januari 2012:



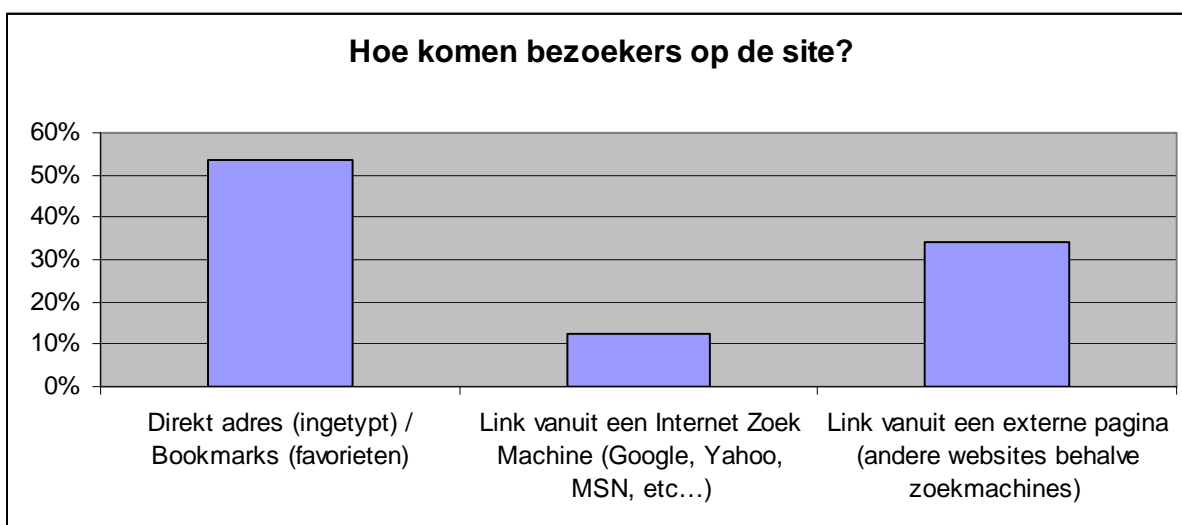
Het katern verschijnt in De Bond van 20 januari. Vanaf die datum stellen we een voortdurende stijging vast in het surfen naar de website van Krokuskriebels. 57% van de bezoeken situeren zich tussen 20 en 31 januari. Eventueel ook te linken met lokale en regionale contacten met de media door musea?

Februari 2012:



7 februari: uitzending op radio Gezinsbond
 In de statistieken merken we plots een stijging met 2,1% van het aantal bezoeken.
 De volgende dag stellen we terug een daling vast met 1,7%

Vanaf 17 februari: publicatie van artikel in De Bond en start van Krokuskriebels



Andere websites?

| websites | % |
|---|------|
| Facebook | 42,8 |
| Musea en erfgoedorganisaties | 17,8 |
| Media: nieuwsblad, de standaard, www.een.be, cobra.be, libelle, vlaanderen vakantieland, brusselsnieuws, radio2, fmbrussel, GVA, HBVL | 12,1 |
| Gezinsbond | 9,8 |
| Steden en gemeenten | 4,7 |
| Provincies | 2,5 |
| Afdelingen/gewesten/provincies Gezinsbond | 2,5 |
| Faronet en erfgoeddag | 2,3 |
| Andere waaronder: 6minutes, famidoo, kidswelkom, klasse, superpapa, uitstapjesmetkinderen, wattedoen | 1,7 |
| Toeristische diensten | 1,5 |
| Uit met vlieg | 1,1 |
| Uit in vlaanderen | 1,1 |

Hoe vaak is een pagina geladen?

| pagina | % |
|---------------------------------------|------|
| detailpagina museum (museumview.aspx) | 48,8 |
| dynamisch zoekstelsel (zoeken.aspx) | 29,7 |
| homepage (hometext.aspx) | 5,8 |
| tips | 4,5 |
| film | 3,2 |
| links (links.aspx) | 2,1 |
| lijst van musea (museumlist.aspx) | 1,7 |
| gastenboek (forum.aspx) | 1,5 |
| kaart of routeplanner | 1,1 |
| contact (contact.aspx) | 0,9 |
| De Lijn (routeplanner) | 0,4 |
| zoekstelsel (museumsearch.aspx) | 0,4 |

Het gastenboek (vroegere forum): 21 reacties met betrekking op 18 musea

Waarderingscijfers via gastenboek:

1: heel lage waardering

5: heel hoge waardering

| | |
|---|-----|
| 1 | 19% |
| 2 | 6% |
| 3 | 6% |
| 4 | 25% |
| 5 | 44% |

STARTMOMENTEN

Datum: woensdag 15 februari 2012

Locaties:

- Brussel: art & marges museum
- Provincie Antwerpen: Antwerpen, Diamant Museum Provincie Antwerpen
- Provincie Vlaams-Brabant: Grimbergen, het MOT, Museum voor de Oudere Technieken
- Provincie Limburg: Hasselt, Z33
- Provincie Oost-Vlaanderen: Aalst, Netwerk, Centrum voor hedendaagse kunst
- Provincie West-Vlaanderen: Kortrijk, Broelmuseum

Doel:

persmoment organiseren waarop de pers 'gezinnen in actie' zagen: Krokuskriebels in realtime...

- Hoe en waarom van Krokuskriebels
- Overzicht van de deelnemende musea in de regio
- Gezinnen gaan op stap in het museum
- Gelegenheid tot interviews en foto's

Aantal deelnemers:

| Locatie | Volwassenen | kinderen |
|-----------------|-------------|----------|
| Antwerpen | 31 | 31 |
| Brussel | 11 | 14 |
| Limburg | 24 | 28 |
| Oost-Vlaanderen | 11 | 14 |
| Vlaams-Brabant | 20 | 29 |
| West-Vlaanderen | 18 | 13 |

Evaluatie:

- Enthousiaste deelnemers
- Goede ontvangst en uitwerking van activiteiten door gastmuseum
- Vlotte samenwerking met de musea bij de voorbereiding en de dag zelf
- Goede logistieke omkadering
- De uitnodiging werd vooral via mail doorgestuurd. Het is niet evident om aan de correcte adressen te geraken. Mailadressenbestand van editie 2010 werd aangeschreven.
- Bij de publicatie van het Krokuskriebelskatern stond de uitnodiging op de voorpagina met verwijzing naar de website voor meer uitleg.
- Uitnodiging ook op de website van Krokuskriebels.

→ Enkel in Vlaams-Brabant en West-Vlaanderen was er persaadacht.

- West-Vlaanderen:
 - Lokale stadskrant van West-Vlaanderen
- Vlaams-Brabant:
 - Grimbergen Leeft
 - Streekkrant
 - Het Laatste Nieuws (foto's)

→ Veel deelnemers zijn niet komen opdagen.

Samenwerking met provinciale museumconsulenten:

→ Bepalen van keuze van gastmusea

→ Contacten met provinciale communicatiedienst

→ Praktische hulp dag zelf

De educatieve medewerkers van de Gezinsbond van de gewesten in kwestie staken ook een tandje bij bij de praktische uitwerking van de verschillende startmomenten op 15 februari 2012.

TERUGKOMDAG

Op 26 maart 2012 vond de Krokuskriebels Terugkomdag plaats. Tijdens deze namiddag wisselden de deelnemende musea Krokuskriebels-ervaringen uit over de voorbije editie.

Vragen die tijdens de terugkomdag aan de orde waren:

- Hoe stimuleerde de Krokuskriebels-activiteit de interactie tussen groot en klein?
- Werkte het museum samen met andere partners voor het gezinsvriendelijke aanbod? Wat was het voordeel hiervan?
- Wat zijn do's-and-don'ts: wat is er tot nog toe goed gelukt, en wat niet? Wat leert het museum daar uit?
- Hoe kan de Krokuskriebels-activiteit eventueel ook op andere momenten/evementen 'renderen'?
- Kan de tijdelijke Krokuskriebels-activiteit uitmonden in een permanent aanbod?
- De ideeën die tijdens de inspiratiedag aan bod kwamen: werkten ze in de praktijk?
- Was het de eerste Krokuskriebels-ervaring van het museum? Hoe werd dit ervaren?
- Wat zijn de voor- en nadelen van een doorlopende activiteit ten aanzien van een activiteit op reservatie?
- Wat zijn de ervaringen in het werken met/voor kleuters?
- ...

Verlagen van de sprekers: <http://www.faronet.be/krokuskriebels> (vanaf 9 mei 2012)

SECTORIELE WEBSITE KROKUSKRIEBELS

Voor deze editie hadden we een nieuwe tool ontwikkeld (sectoriële website) voor musea om zich in te schrijven, materialen te bestellen, downloaden van logo's, publicatie van verslagen.

Hierdoor verliep de communicatie veel vlotter en moesten er geen mails met bijlagen verstuurd worden. Bij elk nieuw item werden de musea per mail verwittigd.

De telefoon bleek nog steeds het meest efficiënte communicatiemiddel om snel antwoord te krijgen op prangende vragen of aan te moedigen tot actie.

Ook afdelingen van de Gezinsbond werden doorverwezen naar dit onderdeel van de website voor bv. bestellingen van affiches en folders.

KROKUSKRIEBELS - Musea op Gezinsmaat

18 tot en met 26 februari 2012 (krokusvakantie)

KROKUSKRIEBELS is het tweejaarlijks cultuurproject van de Gezinsbond.

Met dit project willen we enerzijds het museumbezoek promoten als een zinvolle vrijetijdsbesteding voor gezinnen met jonge kinderen (tot 12 jaar). Anderzijds willen we musea stimuleren om in hun publiekswerking meer aandacht te besteden aan een gezinsgerichte aanpak.

Hoe deze website te gebruiken?

Deze website is het werkinstrument bij uitstek bij je deelname aan Krokuskriebels!

Op de volgende pagina's vind je per onderdeel alle informatie die je nodig hebt in de voorbereiding van je eigen activiteit(en) en promotie: algemene tips, goede praktijkvoorbeelden, verwijzingen naar interessante publicaties, inschrijvingsformulieren, downloads, ...

Niet alle info staat nu reeds online. Per mail word je verwittigd van nieuwe updates.

Lokale afdelingen van de Gezinsbond en Krokuskriebels

Krokuskriebels is het project bij uitstek om met je gezinnen op stap te gaan! Wil je verder van dit project op de hoogte worden gehouden stuur dan een mail naar

Enkele musea (vooral nieuwkomers) vroegen meer toelichting bij het gebruik en de mogelijkheden van deze tool. Dit kan bijvoorbeeld tijdens de inspiratiedagen.

Hoe hebben de museummedewerkers deze tool ervaren?

In het evaluatieformulier gingen enkele vragen over het gebruik van het sectoriële luik.



Het is opmerkelijk dat volgens deze tabel veel musea blijkbaar het sectoriële luik niet gebruikt hebben, niettegenstaande bijvoorbeeld de inschrijvingen enkel via dit kanaal konden gebeuren. We hebben weet van enkele musea die hun inschrijving via mail hebben doorgegeven maar dat blijven slechts uitzonderingen.

Wellicht hebben veel musea bij het invullen van de vragenlijst zich niet echt gerealiseerd waarover deze vragen gingen. Dit blijkt ook duidelijk uit de antwoorden op de andere vragen met betrekking tot de verschillende onderdelen van het sectoriële luik. Voorbeeld: Met de vraag naar opmerkingen over het onderdeel 'inschrijvingen' wilden we polsen naar de tevredenheid over het online inschrijven van het museum voor Krokuskriebels. De antwoorden refereren echter allemaal naar de inschrijvingsprocedures voor de deelnemers in het museum.

92% van de medewerkers die ja op bovenstaande vraag geantwoord hebben, vonden het sectoriële luik praktisch in gebruik en een efficiënte manier om te informeren en te communiceren.

Alle medewerkers vonden ook dat ze tijdens de voorbereiding van Krokuskriebels voldoende informatie over het project ontvingen om zich zelf op een kwaliteitsvolle manier te kunnen voorbereiden. Een unanieme Ja werd ook gegeven op de vraag of zij met hun vragen terecht konden bij het coördinatieteam. Een mooie opsteker!

Nood aan extra informatie was er vooral in verband met:

- Het voeren van promotie
- Het uitwerken van een kriebelend onthaal
- Het uitwerken van activiteiten

DE TOEKOMST VAN KROKUSKRIEBELS

Bij de museummedewerkers van de deelnemende musea werd gepeild naar het belang van een nieuwe editie van Krokuskriebels in 2014 en gevraagd hiervoor argumenten neer te pennen. De respons hierop was indrukwekkend. We geven hieronder een compilatie van de vaak zeer zinvolle en gegronde argumenten:

Krokuskriebels is het enige initiatief op niveau van de Vlaamse Gemeenschap dat een brug slaat tussen gezinnen en de museale werkingen. Andere 'landelijke' initiatieven als open-monumentendag of erfgoeddag zijn bijna nooit op kindermaat. Hier is het specifiek voor de jongsten en worden er onmiddellijk de ouders of grootouders bij betrokken. Maatschappelijk heeft het initiatief van de Gezinsbond dan ook de hoogste waarde.

Het netwerk van de Gezinsbond is onbetaalbaar en van groot belang in het bevorderen van gezinsvriendelijke musea. Zij stimuleren ook kennisdeling onder de musea tijdens de inspiratiedagen. De Gezinsbond zorgt voor een nieuw publiek in musea.

Het is veel efficiënter om als groep (Gezinsbond en Vlaamse musea) naar voor te komen, in dezelfde periode (krokusvakantie), met eigen logo, bijlage in Gezinsbondkrantje, website. Dit gezamenlijk initiatief is toch meerwaarde dan er alleen als museum voor te staan.

Participatie aan cultuur door gezinnen moet verder en blijvend gestimuleerd worden. Krokuskriebels is hiervoor een ideale stimulator.

Cultuur is cruciaal in een snel evoluerende maatschappij. Cultuur verbreedt, opent perspectieven, leert je verder te springen - en te kijken dan jouw 'kleine' wereld.

Krokuskriebels is intussen goed ingeburgerd en gezinnen gaan elk jaar op zoek naar nieuwe initiatieven. Tegelijk worden veel gezinnen ertoe aangezet om samen tijdens de krokusvakantie een leuke, culturele activiteit te ondernemen en een museum op een andere manier (actievere, leukere) te ontdekken.

Krokuskriebels is een unieke kans om op een andere manier gezinnen te bereiken die misschien anders nooit naar het museum zouden komen.

Krokuskriebels biedt een meerwaarde voor beide partners. Een win-winsituatie: door Krokuskriebels komen kinderen in niet-schools verband in contact met musea en cultureel erfgoed. Bovendien bezoeken beduidend meer gezinnen ons museum tijdens Krokuskriebels (vgl. aantal gezinnen dat het museum bezoekt tijdens de krokusvakantie in de jaren dat KK wordt georganiseerd versus jaren dat KK niet wordt georganiseerd). Veel bezoekers van Krokuskriebels in ons museum namen voor de eerste maal deel aan de Krokuskriebelsactiviteit. Dat wil zeggen dat er elke editie een nieuw publiek wordt bereikt.

De gezinnen beginnen Krokuskriebels goed te kennen, dus dit moet bestendig worden. Zonder dergelijke initiatieven is het voor musea moeilijker om gezinnen te laten weten dat musea op hun maat werken.

De Krokuskriebelsweek geeft het museum een gelegenheid om zijn aanbod te herbekijken en te herdefiniëren.

Net nu Krokuskriebels een gevestigde waarde wordt, is het belangrijk om de continuïteit te garanderen. Er moet wel op worden gelet dat het aanbod origineel en uitdagend blijft en niet in herhaling valt.

Met Krokuskriebels bereik je heel Vlaanderen (zulke campagnes hebben we te weinig). Als museum word je gedwongen (lees: geholpen) om het aanbod op jonge gezinnen af te stemmen. Je bereikt hiermee een publiek dat je anders niet zo makkelijk (en zeker niet zo talrijk) bereikt.

Met Krokuskriebels werk je drempelverlagend. We stellen vast dat in ons museum gezinnen langskomen die nog nooit aan een editie van Krokuskriebels hebben deelgenomen en dat de meesten nog nooit een museum hadden bezocht.

Krokuskriebels is ondertussen een "volwassen" activiteit geworden die gekend is bij de Vlaamse gezinnen.

De stuurgroep in haar vergadering van 17 april heeft ook de wens uitgesproken om te pleiten voor een nieuwe editie van Krokuskriebels in 2014. Zonder externe financiële middelen is de organisatie ervan geen haalbare kaart.

De stuurgroep wil zich engageren om gesprekken op te starten met het ministerie van Cultuur en te polsen naar de bereidheid tot samenwerking voor de zevende editie van Krokuskriebels (1/3/2014 – 9/3/2014).

KROKUSKRIEBELS EDITIE 2010

- ▶ Evaluatieverslag Krokuskriebels 2010
- ▶ Inspiratiedagen voor deelnemende musea: uitnodiging
- ▶ Brochure 't Zit in de familie: cultureel erfgoed vanuit gezinsperspectief (i.s.m. Erfgoeddag)
Zie: www.faronet.be/e-documenten/t-zit-in-de-familie-cultureel-erfgoed-vanuit-gezinsperspectief



KROKUSKRIEBELS 2010
Musea op Gezinsmaat
13 – 21 februari

EVALUATIE

"Mama, het is hier leuk hé! Komen we niet in het museum wonen?"

Inleiding

Tijdens de krokusvakantie van 13 tot en met 21 februari kriebelde het in 86 Vlaamse en Brusselse musea. Ouders, grootouders en hun (klein)kinderen konden er van alles beleven. Leuke rondleidingen voor het hele gezin, spetterende animatie, creatieve workshops, zinderende zoektochten en meeslepende vertellingen, ...

Krokuskriebels is het tweejaarlijks cultuurparticipatieproject van de Gezinsbond dat georganiseerd wordt in nauw overleg met FARO, Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw, de provinciale museumconsulenten en andere specialisten uit het werkveld. Dit project geniet de steun van de Vlaamse overheid.

Maar liefst **39.992 deelnemers**¹, volwassenen en kinderen samen, beleefden tijdens de krokusvakantie 2010 een kriebelend avontuur. Dat is een stijging van het aantal deelnemers met ruim 40% tegenover de editie van 2008². Minstens 30% van de bezoekers zijn lid van de Gezinsbond. Voor veel musea was het niet mogelijk dit lidmaatschap te registreren zodat we moeten veronderstellen dat het reële percentage veel hoger ligt.

Uit de vragenlijst die door 1.469 gezinnen werd ingevuld, blijkt een zeer grote tevredenheid: 39% gaf te kennen 'globaal tevreden' te zijn, 57% duidde zelfs 'heel tevreden' op de tevredenheidschaal aan.

Enkele uitspraken van deelnemers:

Het was heel interessant en leuk. Ik dacht dat er vlees in dit museum was. DANK U!
(Museum Vleeshuis/Klank van de Stad - Antwerpen)

Interessant, amusant, leerrijk, aangepast aan de leeftijd van de kinderen. Dank u voor deze aangename namiddag.

¹ aantal op basis van de gegevens van 83 van de 86 musea

² In 2008 werden 28.446 deelnemers genoteerd: cijfers op basis van de gegevens van 71 van de 78 musea.

*Het was heel leuk met de dieren en ik zou graag nog een keer komen.
Ook de grootouders hebben er wat van geleerd!*
(Museum voor Dierkunde Universiteit Gent)

Ik wil alle spelletjes nog eens doen. Het is een aanrader en wij komen zeker nog eens terug.
(Bakkerijmuseum - Veurne)

Jullie bezorgden ons leuke krokuskriebels.
(Museum voor Muziekinstrumenten - Peer)

Hanne en Lien hebben echt genoten en voor mij was het een gezellige namiddag samen met de kinderen. Thuis hebben ze nog prinsesje gespeeld.
(Kasteel van Gaasbeek - Gaasbeek)

De sleutel zoeken vonden we het leukst en de schat het lekkerst.
(Erasmushuis – Brussel/Anderlecht)

Het was erg leuk. Robbe heeft geluk dat hij dit twee keer mag doen!
(pam Ename - Oudenaarde)

Dubbel Cool!

Kleine broer (4j) vond Pluis heel lief en deed alles heel graag mee.
(Abdijmuseum Ten Duinen 1138 – Koksijde)

Hier kom ik nog is!
(Design museum Gent)

1. Inspiratiemomenten rond kleuterwerking in musea

In de aanloop naar de Krokuskriebelsweek organiseerden we voor museummedewerkers in het najaar 2009 drie inspiratiemomenten rond het thema *kleuterwerking in musea, kijken met de ogen van een kleuter*. Karel Moons van de kunsteducatieve organisatie 'De Veerman' nam de begeleiding op zich. Deze inspiratiedagen moesten medewerkers voldoende bagage en zin doen krijgen om ook activiteiten voor kleuters in hun Krokuskriebelspakket op te nemen. Uit de deelnemerscijfers van de vorige editie hadden we namelijk geleerd dat ruim 50% van de deelnemende kinderen tussen 4 en 6 jaar was. Maar dat het aanbod daarentegen voor deze leeftijdsgroep zeer beperkt bleef. Kleuters waren er bij maar keken er veelal gewoon naar.

De inspiratiedagen in het BELvuemuseum in Brussel, het Stadsmus in Hasselt en het Design museum Gent kenden een overdonderend succes en waren in een mum van tijd volzet. Het initiatief beantwoordde duidelijk aan een reële behoefte en werd telkens geëvalueerd als zeer bruikbaar voor de eigen situatie. Het resultaat liegt er niet om. 26% van het activiteitenaanbod bij Krokuskriebels richtte zich tot kleuters. 18 musea hadden zelfs een aanbod exclusief voor deze doelgroep. Een schot in de roos.

De musea die voor Krokuskriebels een kleuteraanbod uitwerkten waren achteraf ook voor 100% tevreden over deze keuze. Zo bleek uit hun evaluatie.

Waarom?



- een museum kan perfect op maat van kleuters opgebouwd worden
- er is echt nood aan een kleuteraanbod
- er kwamen meer kleuters
- kleuters waren meteen betrokken door de activiteiten op hun niveau
- ouders vonden het fantastisch dat ook kleuters konden deelnemen want ze worden zo vaak geweerd
- zo kan een gezin in zijn geheel deelnemen, en is er voor elk wat wils



- we moeten wel een minimumleeftijd respecteren
- er moet wel voldoende interactie zijn tussen ouders en kleuters
- het vraagt meer inzet van onthaalpersoneel en een aangepaste infrastructuur (vb. verzorgingskussen)

2. Deelnemende musea

In juni 2009 werden ruim 400 musea en erfgoedorganisaties uitgenodigd om deel te nemen aan de Krokuskriebelseditie 2010 en om een activiteitenfiche in te dienen. 86 musea gaven positief gevolg aan deze oproep en werden na een evaluatie en eventuele bijsturing van hun activiteitenvoorstel door de stuurgroep Krokuskriebels in oktober 2009 gepromoveerd tot Krokuskriebelsmuseum. De voorbereiding van Krokuskriebels kon van start gaan.

De deelnemende musea lagen mooi verspreid over Vlaanderen en Brussel. Tegenover 2008 merkten we een lichte stijging in het aantal musea uit de provincies Antwerpen, Limburg en Oost-Vlaanderen en Brussel. In Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant konden we in vergelijking met 2008 minder musea overtuigen om deel te nemen.

22 musea schreven zich voor de eerste keer in.

97% van de musea gaf te kennen tevreden te zijn over de voorbije editie. Voor hen betekende deelname aan het evenement Krokuskriebels extra promotie (28%), een manier om gemakkelijker gezinnen te bereiken (25%) en een nieuw publiek aan te trekken (23%) of om nieuwe activiteiten uit te testen (18%). 88% van de musea zei ook tevreden te zijn over de opkomst.

3. Activiteitsaanbod

Aan de deelnemende musea vroegen we om minstens één doorlopende activiteit te voorzien en om workshops of crea-ateliers in een open aanbod zonder reservatie te organiseren. Dat laatste bleek geen evidentie te zijn voor musea. Musea werken bij dergelijke activiteiten immers bij voorkeur met reservatie om wille van organisatorische redenen.

Enkele cijfers:

| Musea met: | 2010 | 2008 |
|---|-------------|------|
| Enkel een doorlopend aanbod | 50% | 38% |
| Enkel een aanbod met reservatie | 19% | 42% |
| Doorlopend aanbod + aanbod met reservatie | 31% | 20% |

Vijf musea hadden een doorlopend aanbod met drop in/drop out-activiteiten op een of meerdere dagen.

De activiteiten met reservatie hadden duidelijk meer succes dan in 2008. 73% van de activiteiten bleek volzet tegenover 44% in 2008. In vele gevallen konden de deelnemers die uit de boot vielen deelnemen aan een zoektocht of opdrachtenspel, een mooi alternatief zodat gezinnen niet ontgoocheld raken.

Bij navraag naar de redenen om al dan niet te opteren voor een doorlopend aanbod antwoordden de museummedewerkers het volgende:



- je moet niemand weigeren
- iedereen komt op een moment van eigen keuze en volgt eigen ritme
- geen drempel om in te schrijven
- je kan een gevarieerd aanbod van activiteiten aanbieden
- je hebt een grotere capaciteit
- goed alternatief indien activiteiten met reservatie volzet
- goed alternatief indien doorlopend atelier tijdelijk volzet is = doorschuifstelsel
- het aanbod kan makkelijker permanent worden



- plannen van personeel is lastiger
- druk
- drop in/drop out-activiteiten werken positief maar vragen een grotere inzet van de suppoosten

72% van de musea had vóór Krokuskriebels reeds een aanbod voor gezinnen.

Krokuskriebels blijkt voor velen een stimulans om dit gezinsaanbod uit te breiden of aan te vullen met andere activiteiten, waaronder kleuterinitiatieven. Na Krokuskriebels wordt het bestaand aanbod geëvalueerd en bijgestuurd. Voor andere musea was Krokuskriebels een reden om tegen een bepaalde datum effectief een gezinsgericht aanbod te ontwikkelen.

4. Deelnemende gezinnen

Uit de analyse van de vragenlijsten ingevuld door de gezinnen, blijkt dat zij vooral in kleine gezelschappen van maximum 4 personen met 1 of 2 kinderen deelnemen. De kinderen worden in hoofdzaak vergezeld door hun ouders (65%), in mindere mate door hun grootouders (22%). Krokuskriebels spreekt vooral kinderen van 4 tot 6 jaar aan (41%). Daarna volgt de leeftijdsgroep van 7-9 jaar (30%) en in mindere mate jongeren tussen 10 en 12 jaar (15%).

Opmerkelijk is de vaststelling dat het voor 84% van de respondenten hun eerste Krokuskriebelservaring is, voor 39% is het zelfs hun eerste museumbezoek in gezelschap van de kinderen. Krokuskriebels is duidelijk een stimulans om de drempel naar het museum, letterlijk en figuurlijk, te nemen.

5. Promotiematerialen en promotie voeren

Voor het voeren van promotie werden verschillende materialen ontwikkeld:

- Een **digitale banner en button** voor mailwisseling, websites en digitale nieuwsbrieven.
- **Folders** op A5-formaat met mogelijkheid om op de versozijde het eigen aanbod te kopiëren.
- **Affiches** op A2- en A3-formaat.
- Het **Krokuskriebelskatern** dat verscheen op 22 januari: over 12 pagina's verspreid werden alle activiteiten en de praktische informatie per museum gegeven.
- De **website** www.krokuskriebels.org was online op 18 december 2009. In totaal bezochten 11.049 personen deze website. Piekmomenten van het aantal bezoekers kunnen duidelijk gelinkt worden aan persaandacht voor het project op dat moment (radiouitzending op radio Gezinsbond, de lancering van de website, de publicatie van het katern, ...). Het één versterkt duidelijk het ander.
- In oktober 2009 werd naar alle leden-gezinnen van de Gezinsbond (ca. 270.000) de **folder 'je lidkaart meer waard'** met talrijke kortingsacties verspreid. Ook Krokuskriebels werd hierin vermeld.

De musea voerden hoofdzakelijk promotie in hun eigen museum maar vonden toch in belangrijke mate de weg naar externe kanalen zoals de bibliotheek, de dienst voor toerisme, scholen en het cultuurcentrum.

24 musea gingen voor Krokuskriebels een samenwerkingsverband aan met een lokale afdeling van de Gezinsbond. Dit bleek vooral een samenwerking rond het voeren van gezamenlijke promotie, in mindere mate voor praktische hulp bij het onthaal of de activiteit zelf.

Via diverse interne kanalen werden ook de afdelingen van de Gezinsbond geïnformeerd over Krokuskriebels en gestimuleerd om actie te ondernemen, ofwel:

- de informatie over Krokuskriebels op te nemen in hun eigen ledenblad of website
- zelf folders en affiches te verspreiden
- promotie te voeren via de lokale pers
- een groepsbezoek te organiseren

De afdelingsbesturen kregen de nodige info via:

- mailings
- artikels in het infoblad voor kaderleden
- digitale nieuwsbrieven
- infofolders
- info op de website voor bestuursleden
- contacten met de educatieve medewerkers

Uit de bevraging van de deelnemers blijkt dat vooral het Krokuskriebelskatern voor hen een belangrijke bron van informatie was naast de website van Krokuskriebels en de folders.

6. Persaandacht

Krokuskriebels genoot globaal enorm veel persaandacht, vooral op regionaal niveau.

Ruim 63% van de musea zocht zelf contact met de lokale pers met een artikel of een interview in een lokale krant of radio- en televisiezender als resultaat.

Het coördinatieteam van Krokuskriebels werd uitgenodigd voor meerdere interviews op radio en televisie: radio2, ATV, AVStv, RingTV, Exqi cultuur.

Op 2 februari werd tijdens de maandelijkse uitzending van Radio Gezinsbond een interview uitgezonden met Hilde Marichal, coördinator van Krokuskriebels.

Op woensdag 10 februari organiseerden we in samenwerking met de provinciale museumconsulenten in de verschillende provincies een gezamenlijk persmoment waarop ook gezinnen uitgenodigd waren:

- Provincie Oost-Vlaanderen: StEM Sint-Niklaas
- Provincie Vlaams-Brabant en Brussel: Sportimonium, Hofstade
- Provincie Antwerpen: Zilvermuseum Sterckshof, Antwerpen-Deurne
- Provincie West-Vlaanderen: Bakkerijmuseum, Veurne
- Provincie Limburg: Modemuseum, Hasselt

Ondanks de barre weersomstandigheden die dag kregen we toch redelijk wat persaandacht en genoten de ouders met hun kinderen van een kriebelende activiteit in de vijf gastmusea.

Het regionaliseren van een dergelijk persmoment was zeker een positieve keuze maar vraagt meer coördinatie en meer inzet van personeel.

7. Externe partners voor promotie- en mediacampagne

CultuurNet Vlaanderen focust met de vlieg-je-mee campagne heel sterk op de doelgroep kinderen en gezinnen. Hierdoor was deze organisatie een partner bij uitstek voor het Krokuskriebelsproject.

De actie werd vermeld in de nationale digitale Vliegbrief die naar duizenden kinderen verzonden werd. Van hieruit kon je doorklikken naar alle info over Krokuskriebels via de website UitinVlaanderen.be

Met CultuurNet Vlaanderen was er tevens een samenwerking op het vlak van upload van gegevens vanuit de Uitdatabank naar de website van Krokuskriebels.

Gelijktijdig met de website van Krokuskriebels stond ook alle info op de website UitInVlaanderen.be. Doordat we zelf voor de input van deze gegevens hadden gezorgd werd alle info op zeer uniforme wijze weergegeven. Hierdoor was de zichtbaarheid van het hele project veel groter.

8. Conclusies

We kijken terug op een zeer geslaagde vijfde editie!

De indicatoren die we ons zelf hadden opgelegd hebben we met glans gehaald:

Indicator 1: Aantal deelnemende musea en erfgoedorganisaties en geografische spreiding:

We mikken net als bij de vorige editie op een deelname van minstens 50 musea waarbij een redelijke geografische spreiding van de deelnemende musea over Vlaanderen en Brussel een belangrijk element is.

Resultaat in 2010:

- Aantal musea: 86
- Geografische verspreiding:

| | |
|---------------------------|-----|
| Provincie Antwerpen | 22% |
| Provincie Vlaams-Brabant | 10% |
| Brussel | 12% |
| Provincie Limburg | 17% |
| Provincie Oost-Vlaanderen | 16% |
| Provincie West-Vlaanderen | 22% |

Indicator 2: Aantal deelnemers:

Het aantal deelnemers bij de vorige editie (28.000) blijft een streefdoel. Minimaal 50% van de participanten is hierbij jonger dan 13 jaar.

Resultaat in 2010:

- Aantal deelnemers: 39.992 (in 2008: 28.446). 31% van deze deelnemers was jonger dan 13 jaar.

Indicator 3: Tevredenheidsgraad van de deelnemers:

Minimaal 80% van de participanten geeft aan tevreden te zijn over het bezochte Krokuskriebelsmuseum (op een vijfpuntenschaal gaande van 'zeer tevreden' over 'helemaal niet tevreden').

Resultaat in 2010:

| | |
|---------------|-----|
| tevreden | 39% |
| heel tevreden | 57% |

Indicator 4: Aantal Krokuskriebelsactiviteiten voor kleuters in gezinsverband:

25% van het aanbod Krokuskriebelsactiviteiten richt zich tot de doelgroep kleuters in gezinsverband.

Resultaat in 2010:

| | |
|--|-----|
| Aantal activiteiten voor kinderen van 4-6 jaar | 26% |
| Aantal activiteiten voor kinderen van 7-9 jaar | 38% |
| Aantal activiteiten voor kinderen van 10-12 jaar | 36% |

Indicator 5: Aantal afdelingen van de Gezinsbond die een groepsbezoek organiseren tijdens de Krokuskriebelsweek:

Minimaal 40 Bondsafdelingen die culturele activiteiten organiseren gaat een samenwerkingsverband aan met Krokuskriebels:

- promotie maken naar hun leden-gezinnen
- organiseren van een groepsbezoek (gezinnen, grootouders-kleinkinderen, ...)
- samenwerking met een museum bij de realisatie van een specifiek project in het kader van Krokuskriebels

Resultaat in 2010:

- We hebben momenteel weet van 32 afdelingen die ofwel promotie maakten of een groepsbezoek organiseerden.

- 24 musea hebben een samenwerkingsverband aangegaan met een afdeling van de Gezinsbond voor het voeren van promotie of praktische hulp en/of inhoudelijke uitwerking van het onthaal of de activiteiten.

9. In primeur

De stuurgroep Krokuskriebels heeft in zijn vergadering van 27 april 2010 beslist om te gaan voor een zesde editie en een subsidieaanvraag in te dienen bij de Vlaamse overheid.

Verdere planning:

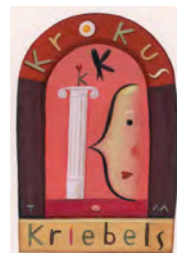
- 15 februari 2011: deadline indienen subsidieaanvraag door coördinatieteam Krokuskriebels
- Juni 2011: uitnodiging wordt verstuurd naar musea- en erfgoedorganisaties met een mogelijkheid om zich in te schrijven voor de zesde editie
- Eind augustus 2011: alle musea die hun deelname hebben bevestigd, krijgen een activiteitenfiche om in te vullen
- Half oktober 2011: de stuurgroep Krokuskriebels evalueert de ingediende voorstellen en stuurt eventueel bij. De kandidaatmusea worden op de hoogte gebracht van de evaluatie
- Eind oktober 2011: start van de effectieve voorbereiding

20-26 februari 2012: zesde editie van Krokuskriebels !



Kijken met
de ogen van
een kleuter!

Inspiratiedagen
rond
kleuterwerking
in musea



**Op weg naar Krokuskriebels - Musea op Gezinsmaat
13 tot en met 21 februari 2010**

De Gezinsbond, FARO en de provinciale museumconsulenten nodigen je van harte uit op één van de drie inspiratiedagen rond kleuterwerking in musea...

Krokuskriebels
is een
tweejaarlijks
museumproject
van de
Gezinsbond

Voor
kleuters is het
museum een vreemde
wereld. Een wereld met
weinig herkenbare dingen.
Oh zo anders dan thuis. Als je
kleuters in je museum ontvangt,
komt het erop aan aansluiting
te vinden bij hun leefwereld.
Maar hoe doe je dat?

50% van
de
bezoekers
tijdens
Krokuskriebels 2008
is tussen
4 en 6 jaar

Krokuskriebels 2010 is de gelegenheid
bij uitstek om een kleuteractiviteit op je
Krokuskriebelsprogramma te zetten.

Op deze inspiratiedagen duik je eerst in
de wondere wereld van de kleuters.
Aan de hand van concrete opdrachten
ervaar je hoe zij naar een museum
kijken, wat ze wel en niet zien.
Daarna geven we een kader om het
denken en doen van kleuters te
plaatsen.

In het tweede deel van de dag vertaal
je de nieuwe inzichten naar jouw
museum, zodat je met concrete ideeën
rond werken met kleuters naar huis
gaat.

Begeleiding: De Veerman

Maandag

24/8/09

BELvue museum

Paleizenplein 7

Brussel

Vrijdag

4/9/09

Het Stadsmus

Guido Gezellestraat 2

Hasselt

Dinsdag

8/9/09

Design museum Gent

Jan Breydelstraat 5

Gent

telkens van **10** tot **16** uur
(onthaal vanaf 9u30)

Deelname & broodjesmaaltijd GRATIS
(inschrijving verplicht - max. 30 pers./dag)

Hoe inschrijven?

Stuur voor woensdag 19 augustus een e-mail naar krokuskriebels@gezinsbond.be

Vermeld museum, naam deelnemer(s), 1^e datumkeuze, 2^e datumkeuze (indien 1^e datumkeuze volzet is)

Met dank aan:
Het Stadsmus
Design museum Gent
BELvue museum

Krokuskriebels wordt
gerealiseerd met de steun van



Foto: cop.Speelgoedmuseum Mechelen

De inspiratiedagen zijn een gezamenlijk
initiatief van:



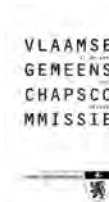
Gezinsbond



VLAAMS STEUNPUNT VOOR CULTUREEL ERFGOED



PROVINCIE
VLAAMS • BRABANT



erfgoed
BRUSSEL

KROKUSKRIEBELS EDITIE 2008

- ▶ Evaluatieverslag Krokuskriebels 2008
- ▶ Brochure All In: cultureel erfgoed voor het hele gezin (i.s.m. Erfgoeddag)
Zie: www.faronet.be/e-documenten/all-in-cultureel-erfgoed-voor-het-hele-gezin



KROKUSKRIEBELS 2008

EVALUATIE

*"de zaal met blote mevrouwen vond ik prachtig
en leuk om na te tekenen!"*

1. INLEIDING

1.1 Doelstellingen van het project

- Promotie van cultuurparticipatie als waardevolle vrijetijdsbesteding bij (groot-)ouders met jonge kinderen. Vaak blijft de kennismaking van kinderen met cultuur beperkt tot schoolbezoeken aan musea of theater. Toch blijkt uit onderzoek dat de invloed van het gezin de belangrijkste determinerende factor is voor het latere culturele gedrag van kinderen. Het lijkt ons dan ook noodzakelijk dat aan ouders kansen geboden worden om zelf een rol op te nemen in de culturele opvoeding van hun kinderen.
- Stimuleren van de culturele instellingen om meer aandacht te besteden aan een gezinsgerichte aanpak.
Het verlagen van de drempel voor gezinnen met jonge kinderen kan bereikt worden door het "klassieke" culturele aanbod te omkaderen met verschillende nevenactiviteiten die de cultuurparticipatie aantrekkelijker maken.
- Bereiken van een nieuw doelpubliek.
We willen ons zeker richten tot deze gezinnen waarvoor de deelname aan cultuur niet zo vanzelfsprekend is. Dit willen we realiseren door het aanbieden van laagdrempelige activiteiten, het geven van kortingen en door in de communicatie ervoor te zorgen dat het Krokuskriebelsaanbod op een duidelijke, herkenbare en aantrekkelijke manier gecommuniceerd wordt via kanalen die het merendeel van de gezinnen bereiken, ook zij die zich zelden of nooit informeren over het culturele aanbod.
- Stimuleren van de musea om samenwerkingsverbanden aan te gaan met een breed veld van culturele instellingen (erfgoed, culturele centra, bibliotheken), de kunsteducatieve sector, de cultuursector (podiumkunsten, literaire en muzikale inbreng) en het verenigingsleven.

1.2 Stuurgroep Krokuskriebels

1.2.1 Leden

Gezinsbond

Nele Van Schelvergem, diensthoofd SCW

Hilde De Weirdt, doelgroepenwerking JGA

Hilde Marichal, medewerker cultuur – secretaris van de stuurgroep

Jan Baeck, adjunct directeur-generaal

Culturele Biografie Vlaanderen (FARO)

Hildegarde Van Genechten, consultant publiekswerking

Lieve De Saedeleer, sectorcoördinator erfgoeddag

Experten

Els Verstraete, medewerker Sportimonium

Peter Wouters, Openbaar Kunstbezit Vlaanderen

Hilde Brepoels, Week van de Smaak

Elke Manshoven – Ilse Mattens, VMV

Anneke Lippens, museumconsulent Oost-Vlaanderen (vervanger: Anne Milkers, museumconsulent Limburg)

Mieke De Ceuninck, Brusselse Museumraad (vervanger: Stephanie Masuy)

1.2.2 Taakomschrijving

De stuurgroep heeft volgende opdrachten en bevoegdheden:

- vertalen van het doel en opzet van het cultuurparticipatieproject in een operationele aanpak,
- opstellen van de begroting en de opvolging ervan,
- opstellen van het profiel van het aan te werven personeelslid,
- selecteren van de ingediende projecten,
- kwaliteitsbewaking,
- evaluatie van het project

De stuurgroep vergaderde 5 keer: 10/05/2007, 21/06/2007, 3/07/2007, 27/09/2007, 17/04/2008.

1.3 Evaluatiemethodes van het project

1.3.1 schriftelijke bevraging van de deelnemers (bijlage 1)

Na het krokuskriebelsbezoek konden de deelnemers ter plekke een korte vragenlijst invullen en deponeren in een speciale Krokuskriebelsbox.

Deze vragenlijst fungeerde als toeleiding tot een meer uitvoerige enquête op de website van Krokuskriebels (zie 3.2).

Totaal aantal ingevulde formulieren : 656

1.3.2 vragenlijst online op www.krokuskriebels2008.be (bijlage 2)

Bij aanvang van het project namen we contact op met de Vrije Universiteit Brussel en vonden een studente culturele agogiek, Eva Janssens, bereid om een thesisonderzoek te doen naar de gezinsvriendelijkheid in musea. Enkele vragen in de lijst gingen ook specifiek over Krokuskriebels. De resultaten van dit onderzoek (momenteel is het onderzoek nog niet afgerond) zullen dan ook bruikbaar zijn om een volgende editie van Krokuskriebels nog beter af te stemmen op de behoeften van ons doelpubliek.

Bij het invullen van de schriftelijke bevraging (zie 3.1) vroegen we de deelnemers hun mailadres te noteren. Iedereen werd vervolgens per mail uitgenodigd om de vragenlijst op de website in te vullen.

We schreven 436 mailadressen aan, 228 personen vulden de lijst in.

Als stimulans om deel te nemen, verbonden we een prijs aan het invullen van de enquête. De prijzenpot bestond uit een VIP-arrangement in het Museum voor Dierkunde en het Jubelparkmuseum, gratis tickets voor het Sportimonium, S.M.A.K, literair museum Hasselt en Koninklijk Museum voor Schone Kunsten in Antwerpen en een kindercatalogus van het Museum voor Schone Kunsten in Gent.

1.3.3 evaluatieformulier musea (bijlage 3)

Na de Krokuskriebelsweek kregen de musea per mail de vraag een vrij uitgebreid evaluatieformulier in te vullen. We polsten hierin naar hun beweegredenen om deel te nemen aan het project, hun bevindingen over het promotiemateriaal en de website, de persaandacht enz. We stelden hen ook een aantal vragen over hun plannen om op langere termijn gezinsvriendelijke activiteiten te integreren in hun werking.

De respons van de musea was zeer groot waardoor ook de verwerking van de vragenlijst betrouwbare gegevens opleverden. 78% van de deelnemende musea vulden het evaluatieformulier in.

2. DEELNEMENDE MUSEA

2.1 Communicatie met de musea

| | | |
|-----------------|------------|---|
| Begin juni 2007 | brief | Uitnodiging tot deelname per post naar ca. 400 musea en erfgoedorganisaties. Adreslijst werd nagekeken door provinciale museumconsulenten. |
| 26 juni | Mail | Herinneringsmail naar aanleiding van opsturen van infofolder |
| 4 september | Mail/brief | Vraag om activiteitenfiche in te vullen |
| 2 oktober | Mail/brief | Herinnering ivm activiteitenfiche |
| 14 november | Mail | Bevestiging van deelname en vraag om individuele gegevens per museum na te lezen en te corrigeren in functie van website en katern; opsturen van logo |
| 24 januari 2008 | Mail/brief | Doorsturen van administratieve formulieren: bezoekersstatistieken, lidkaart Gezinsbond, enquêteformulieren |
| 30 januari | Mail | Informeren naar inschrijvingen per museum; oproep om partners te vermelden bij alle promotie |
| 13 februari | Mail | Vraag om evaluatieformulier in te vullen, foto's door te sturen, ingevulde statistieken |
| 11 maart | Mail | Herinneringsmail voor doorsturen van formulieren |

E-mail blijkt voor alle musea een geschikt medium te zijn om de nodige info door te geven. Kregen we de info toch niet door na onze mailoproepen, dan schakelden we een telefoonronde in. Dit gaf steeds onmiddellijk positieve resultaten. De musea antwoorden ook alle bevestigend op de vraag of zij met hun vragen bij het coördinatieteam terecht konden.

2.2 Inhoudelijke begeleiding van de deelnemende musea

Infosessies Erfgoeddag 2008 en brochure "ALL-IN, voor gestoofde peren in wijnsaus..." (brochure in bijlage)

Culturele Biografie Vlaanderen vzw ontwikkelde voor de begeleiding van deelnemende musea aan Krokuskriebels (en eveneens ter ondersteuning van andere erfgoedinstellingen) de brochure "All In: cultureel erfgoed voor het hele gezin". Door te opteren voor het medium van de brochure, wil het steunpunt en Krokuskriebels musea en andere erfgoedorganisaties op een langdurige manier sensibiliseren voor een gezinsvriendelijke erfgoedwerking.

De brochure verscheen in september 2008 in een oplage van 3000 exemplaren. Tegelijkertijd werd ook een pdf aangemaakt (te raadplegen op www.faronet.be)

De brochure werd in oktober voor het eerst verspreid via de infosessies van Erfgoeddag (8 sessies, verspreid over Vlaanderen). Musea die deelnamen aan Krokuskriebels werden extra aangeschreven en gemotiveerd om hieraan deel te nemen.

Via een spelmethodiek werd het thema in deze infosessies verduidelijkt en de deelnemers werden vervolgens aangemoedigd tot creatief denken rond dit thema. Ieder Krokuskriebels-museum ontving na deze infosessies bovendien nog een extra exemplaar in de postbus.

2.3 Deelnemende musea (bijlage 4):

2.3.1 aantal

Totaal aantal aangeschreven musea: ruim 400

Totaal aantal deelnemers: 78

| | N | % |
|---------------------------|----------|----------|
| Provincie Antwerpen | 14 | 18 |
| Provincie Vlaams-Brabant | 12 | 16 |
| Brussel | 8 | 10 |
| Provincie Limburg | 11 | 14 |
| Provincie Oost-Vlaanderen | 11 | 14 |
| Provincie West-Vlaanderen | 22 | 28 |
| | 78 | 100 |

Meer dan de helft van de deelnemende musea zijn 'ouwe getrouwen' en doen reeds voor de zoveelste keer mee aan Krokuskriebels. Het project trekt echter ook voldoende nieuwe deelnemers aan met telkens een nieuwe input van activiteiten en aanpak. Als je bij de musea polst naar de redenen voor deelname is het voor velen een manier om promotie te voeren voor het eigen museum maar tegelijkertijd participeren musea vooral aan dit project omdat het zich richt tot een doelgroep die ook voor hen van groot belang is, namelijk de gezinnen.

Veel musea zien in Krokuskriebels een ideale manier om zichzelf en hun werking extra bekendheid te geven. Ze profiteren hierbij van de grootschalige, nationaal gecoördineerde media-en promotiecampagne die gevoerd wordt ('samen trekken we meer de aandacht'). Musea vinden het een uitgelezen moment om nieuwe dingen uit te proberen. De coördinatie en opvolging vanuit de Gezinsbond in Brussel is voor velen een steun en een duwtje in de rug ('je kan je karretje koppelen aan een groter geheel'). Waar de krokusvakantie normaliter voor sommige musea een stille periode is, hopen zij door deelname aan Krokuskriebels meer publiek aan te trekken. Brusselse musea merken dan weer een stijging van het Vlaamstalig publek in verhouding tot andere momenten in het jaar.

Musea participeren aan Krokuskriebels omdat dit project zich richt tot een doelgroep die ook voor de musea belangrijk is, nl. de gezinnen ('het museum is een familiaal gebeuren'). De Gezinsbond als gezinsorganisatie is hierbij de uitgelezen partner om deze groep te bereiken. Dit blijkt op andere momenten niet altijd even makkelijk te zijn. Musea die zich reeds profileren als gezinsvriendelijk kunnen dit door deelname aan Krokuskriebels nog eens extra in de verf zetten. Voor andere is het een eerste kennismaking met gezinnen en hopen ze door deelname nieuwe bezoekers over de streep te trekken. Krokuskriebels is het moment om cultuur voor kinderen in gezinsverband te promoten. Het project wordt door vele musea beschouwd als een testlabo om nieuwe activiteiten voor gezinnen uit te proberen. Bij succes kunnen ze opgenomen worden in de permanente werking. Formules die tot dan toe succes hadden bij de schoolbezoeken worden tevens ter gelegenheid van Krokuskriebels aangepast aan gezinnen. Het project geeft musea een extra stimulans om iets voor gezinnen te doen.

Op de vraag of zij een volgende editie van Krokuskriebels zien zitten, antwoorden ze unaniem ja! Iedereen wil een volgende editie terug mee op de kar springen.

2.3.2 Aard collectie

| | | |
|---------------------|--------------------------------------|----|
| kunstmusea | 22 | |
| | architectuur en vormgeving | 1 |
| | beeldende kunsten | 17 |
| | mode | 2 |
| | plastische kunsten | 1 |
| | sierkunsten | 1 |
| geschiedenis | 48 | |
| | algemeen | 6 |
| | geschiedenis-ambachten | 2 |
| | geschiedenis-archeologie | 6 |
| | geschiedenis-financieel | 1 |
| | geschiedenis-folklore | 8 |
| | geschiedenis-heemkunde | 2 |
| | geschiedenis-industriële archeologie | 3 |
| | geschiedenis-militair | 4 |
| | geschiedenis-muziek | 3 |
| | geschiedenis-religieus | 5 |
| | geschiedenis-scheepvaart | 1 |
| | geschiedenis-volkskunde | 6 |
| | kunst en geschiedenis | 1 |
| literatuur | 1 | |
| natuur | 6 | |
| sport | 1 | |

Ook bij deze editie zijn het in hoofdzaak kunstmusea en musea voor geschiedenis die deelnemen. Dit stemt overeen met de realiteit van het huidige museumveld. Bij deze editie richtten we ons ook tot kleinere musea en erfgoedinstellingen wat resulteerde in een stijging in deelname van deze groep.

2.3.3 Aard van activiteiten

| | |
|---|----------|
| zowel activiteiten met reservatie als open aanbod | 16 musea |
| alleen activiteiten met reservatie | 33 musea |
| alleen open aanbod | 29 musea |
| | 78 musea |

Activiteiten met reservatie: **Workshops, zoektochten**, rondleiding, museumspel
Activiteiten zonder reservatie: bijna uitsluitend zoek- en speurtochten

De activiteiten waarvoor de deelnemers moesten reserveren waren duidelijk minder in trek. Geïnteresseerden weigeren moest in de meeste gevallen niet wat natuurlijk positief is voor de deelnemers maar vele musea bleven met een kater zitten door de geringe opkomst. Sommige activiteiten moesten zelfs worden afgelast. In andere musea hadden de workshops dan weer wel succes en waren ze op een mum van tijd volzet. Soms konden de pechvogels toch nog krokuskriebelen in het museum.

Uit de evaluatieformulieren van de musea blijkt dat 79% overtuigd is dat zij erin geslaagd zijn gezinnen warm te maken voor musea.

Zij leiden dit af uit de grote opkomst, workshops die volzet zijn, het zichtbaar enthousiasme en de hoge waardering van de deelnemers. Volgens hen werkt Krokuskriebels drempelverlagend en trekt het project nieuwe bezoekers aan. Musea beweren ook meer bezoekers (gezinnen) te hebben ontvangen dan in een gewone vakantieperiode.

Dat sommige musea maar matig tevreden waren lag niet aan de kwaliteit maar aan de lage opkomst in functie van de verwachtingen of aan externe omstandigheden zoals het weer. Wie er was, was wel tevreden vonden zij en dat deed deugd maar de opkomst kon beter.

2.3.4 Doelgroep gezinnen en leeftijd kinderen

Krokuskriebels is dé gelegenheid om activiteiten voor kinderen in gezinsverband te organiseren. Dit criterium is bepalend bij de selectie van de deelnemers.

Meer en meer slagen de musea erin om dit samen actief zijn binnen cultuur te realiseren. Bijna unaniem antwoordden zij bevestigend op de vraag: *'Bent u erin geslaagd om een gezamenlijke activiteit aan te bieden voor kinderen en volwassenen in gezinsverband?'* Ouders en grootouders die tezamen knutselen met hun (klein)kinderen of op zoektocht gaan door het museum. Het zijn allemaal ideale methodes om het samen beleven te activeren.

Meer dan de helft van de musea heeft reeds een vast aanbod voor gezinnen in hun publiekswerking. Musea nemen het aanbod van Krokuskriebels vaak over in hun permanent aanbod. Krokuskriebels fungeert als testperiode. Het is een ideaal moment om nieuwe dingen uit te proberen.

84% van de medewerkers antwoordt positief op de vraag of zij vinden dat Krokuskriebels een impact heeft op de publiekswerking in de museumsector algemeen. Krokuskriebels werkt voor hen ondersteunend en stimulerend en maakt dat er aandacht is voor gezinnen. Het zet musea aan na te denken over deze doelgroep en het eigen aanbod en aanpak (opstelling, informatie, ...). Het werkt vaak vernieuwend naar aanpak en aanbod. Door het laagdrempelig karakter worden meer gezinnen ertoe aangezet een museum binnen te stappen. Via de Gezinsbond worden veel gezinnen bereikt. Door het aanbieden van activiteiten geef je sommige ouders een 'veilig gevoel'. Zij moeten in het museum niet het initiatief nemen en de kinderen begeleiden. Bij Krokuskriebels doen zij gewoon mee en beleven ze samen met hun kinderen een kriebelende dag. Een meerderheid van de medewerkers (74%) stellen dat zij behoefte hebben aan projecten zoals Krokuskriebels om gezinnen te bereiken.

Voor de meeste onder hen (86%) zijn gezinnen dan ook een zeer belangrijke doelgroep. Zij zijn van mening dat Krokuskriebels voor vele ouders een opstap is naar het museum in gezelschap van hun kinderen. Een stap die zij anders niet zouden zetten (vb. bij allochtone ouders). Zij beklemtonen het laagdrempelig karakter van het project.

| leeftijd | N | % | | leeftijd | N | % |
|----------|----|-----|--|----------|----|-----|
| 3+ | 4 | 4 | | kleuters | 17 | 18 |
| 4+ | 2 | 2 | | | | |
| 5+ | 11 | 12 | | | | |
| 6+ | 39 | 41 | | 6-12j | 68 | 72 |
| 7+ | 6 | 6 | | | | |
| 8+ | 16 | 17 | | | | |
| 9- | 1 | 1 | | | | |
| 9+ | 3 | 3 | | | | |
| 10+ | 3 | 3 | | | | |
| 12+ | 1 | 1 | | 12+ | 1 | 1 |
| alle lft | 8 | 9 | | alle lft | 8 | 9 |
| | 94 | 100 | | | 94 | 100 |

Uit een analyse van de leeftijd van de kinderen blijkt dat de musea zich in hoofdzaak richtten tot de 6-12 jarigen. Het aanbod voor de doelgroep kleuters blijft zeer beperkt. Praktijkervaring met deze leeftijdsgroep ontbreekt nog.

2.3.5 Samenwerking museum - Gezinsbond

27 musea gaven bij hun inschrijving te kennen dat ze wilden samenwerken met een afdeling/gewest van de Gezinsbond. Deze samenwerking was velerlei: voeren van promotie, deelname aan voorbereiding en uitvoering van activiteiten, praktische hulp de dag zelf.

De locatie van een museum komt niet altijd overeen met de gemeentelijke begrenzing van een afdeling waardoor de betrokkenheid van deze laatste minder groot is ('het museum is niet van ons...') (= ligt niet in onze gemeente). Hier moeten we op gewestelijk niveau deze samenwerkingsverbanden realiseren.

2.3.6 Aantal museumbezoekers tijdens Krokuskriebels

71/78 musea hebben de bezoekersstatistieken ingevuld.

We scoren voor deze editie zeer goed. We klokken af op 28.446 bezoekers maar kunnen dit getal door extrapolatie vermeerderen met 10 tot 20% waardoor we uitkomen op een totaal aantal bezoekers van zeker 34.000 deelnemers.

Het is niet evident om op een correcte manier een opgave te krijgen van de bezoekersaantallen via de musea. We bezorgen hen hiervoor voorgedrukte invullijsten maar het hangt vaak af van de goodwill en mogelijkheden van het onthaalpersoneel om deze formulieren ook correct in te vullen.

| | | N | % |
|-------------------------------------|----------------------|---------------|-----|
| opsplitsing qua lidmaatschap | leden gezinsbond | 6.982 | 25 |
| | niet-leden | 14.010 | 49 |
| | niet bepaald | 7.454 | 26 |
| | | 28.446 | 100 |
| opsplitsing qua leeftijd | volwassenen | 10.764 | 38 |
| | kinderen | 8.767 | 31 |
| | geen opgave leeftijd | 8.915 | 31 |
| | | 28.446 | 100 |

Uit de evaluatie van de musea en ervaringen van museummedewerkers in de stuurgroep blijkt de grote aanwezigheid van de groep grootouders bij een dergelijk project. Bv.: In het Sportimonium (Hofstade) stelde men vast dat ruim 1/3 van de bezoekers grootouders waren.

Bemoedigend is de hoge graad van tevredenheid (72% is erg tevreden) bij de invullers van de schriftelijke vragenlijst voor de deelnemers. Zij haalden de info over Krokuskriebels vooral uit het extra katern in de veertiendaagse gezinskrant van de Gezinsbond op 25 januari of via de website. Voor 88% bleek het project ook een stimulans om een museum te bezoeken.

Voor een meerderheid was het voor hen niet de eerste keer. We vroegen in dit verband echter niet specifiek naar een bezoek in gezinsverband.

We vroegen aan de deelnemende musea of zij tevreden waren over de opkomst? Ruim 72% van de musea was tevreden met de opkomst in het kader van Krokuskriebels. Zij die dat niet waren, gaven hiervoor diverse, in hoofdzaak externe redenen op zoals de weersomstandigheden (te koud voor een openluchtmuseum, te zonnig voor andere musea) of een overaanbod aan activiteiten door andere organisaties in de krokusvakantie (vb. Grabbelpas). Musea merken op dat activiteiten waarvoor gereserveerd moet worden vaak geen succes hebben en eerder drempelverhogend werken. Volgens hen kiezen gezinnen eerder voor een individuele zoektocht op eigen tempo en op een tijdstip dat hen past.

3. PERSPROMOTIE EN PROMOTIEMATERIALEN

3.1 Perspromotie en media-aandacht (persdossier in bijlage)

In de communicatie en promotie van dit project werkten wij, zoals gesteld in de subsidie-aanvraag van het project, op verschillende niveau's en naar diverse doelgroepen.

3.1.1 Informeren van kaderleden van de Gezinsbond

Vanaf oktober 2007 werden alle Bondsgeledingen geïnformeerd over Krokuskriebels via artikels in het *Infoblad voor Kaderleden*.

Bestuursleden konden voor alle info terecht op de *website voor bestuursleden*. Via deze site konden de afdelingen promotiematerialen bestellen en een korte promotekst voor eigen promotie downloaden. Van zodra de website van Krokuskriebels actief was, werd de info over de deelnemende musea ingekort en een link gelegd naar www.krokuskriebels2008.be.

3.1.2 Informeren van een ruimer publiek

Programmakatern

In de gezinskrant van 25 januari verscheen een extra katern van 12 pagina's over Krokuskriebels. Elk museum werd kort voorgesteld. Alle aandacht ging hierbij naar de aangeboden activiteiten en de praktische info per museum.

Radio Bond

In de uitzendingen van 8 januari en 5 februari kwam Krokuskriebels ruim aan bod.

Je lidkaart meer waard

Krokuskriebels stond vermeld op de lidkaartfolder die in de loop van september-oktober 2007 aan de 300.000 leden van de Gezinsbond bezorgd werd.

Website www.krokuskriebels2008.be

Deze website, ontwikkeld door e-muze, was online op 17 december 2007 en werd van dan af tot op het einde van de Krokuskriebelsweek druk bezocht.

| | dec/07 | jan/08 | feb/08 | mrt/08 | Totaal |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| aantal bezoeken | 714 | 4.712 | 4.190 | 1.172 | 10.788 |

Uit de analyse van de website-statistieken kunnen piekmomenten van bezoekersaantallen meermaals gelinkt worden aan welbepaalde media-aandacht.

December

18/12, 19/12, 20/12 = eerste dagen na online stellen van website

Op 18/12 : aantal bezoeken: 103

Januari

Eerste piek: 8/1: aantal bezoeken: 106 = uitzending Radio Bond
De week nadien blijft het aantal bezoeken vrij hoog liggen
(gemiddeld: 113 bezoeken/dag)

Tweede piek: 14/1 en 15/1 met respectievelijk 164 en 162 bezoeken/dag

Derde opmerkelijke piek: 18/1: 311 bezoeken/dag = artikel over Krokuskriebels in het Bondsblad van 11/1

Tot en met 27/1 blijft de interesse voor de website min of meer constant met een gemiddeld aantal bezoeken van 190/dag.

In aanloop tot de start van het project (2 februari) is er opnieuw een opmerkelijke stijging. Op 25 januari verscheen het katern in het Bondsblad en begint de perspromotie op volle snelheid te komen:

28/1: 276 bezoeken

29/1: 243 bezoeken

30/1: 277 bezoeken

31/1: 293 bezoeken

Het is duidelijk dat de mensen zich volop aan het informeren en voorbereiden zijn. Een week voor de start van Krokuskriebels is er ook volop persaandacht met enkele radio- en tv-interviews en krantenartikels. Hierbij wordt steeds verwezen naar de website.

Februari

Deze stijging zet zich door in de eerste week van februari = Krokuskriebelsweek met een duidelijke piek in het begin van de week (3-4-5 februari) en een gemiddelde van 411 bezoeken/dag.

Daarna neemt de interesse geleidelijk aan af.

Ook na Krokuskriebels wordt de website nog frequent bezocht. Dit heeft te maken met de oproep via mail begin maart naar alle deelnemers die de deelnemersenquête op papier hebben ingevuld na het museumbezoek, om deel te nemen aan de onlinebevraging op de website.

Op het forum van de website werden hoofdzakelijk leuke en positieve reacties neergepend (zie bijlage 5)

De website van Krokuskriebels stond als link ook vermeld op tal van andere sites:

- Algemene site van de Gezinsbond
- Websites van gewesten en afdelingen van de Gezinsbond
- Sites van de deelnemende musea
- Mediasites
- Websites van steden en gemeenten
- Erfgoedsites

Zowel van de deelnemende musea als de deelnemers zelf kreeg de website op alle onderdelen een zeer hoge waardering!

3.1.3 Media-aandacht

Krokuskriebels kreeg ruime aandacht in zowel de regionale als nationale pers. Getuige hiervan het lijvig persdossier in bijlage.

We richtten hierbij onze pijlen zowel op radio, televisie als de geschreven pers.

De diverse redacties werden via mail aangeschreven en ontvingen bovendien een persbericht en een lijst van de deelnemende musea. Kort voor de start van het project werden de redacties nogmaals door ons telefonisch gecontacteerd en herinnerd aan het project. Dit leverde ons in enkele gevallen een extra televisie- of radioreportage op.

Op regionaal en lokaal niveau werd de pers vooral gecontacteerd door de musea zelf. 61% van de musea gaf in hun verslag te kennen dat zij op eigen initiatief de pers op de hoogte hadden gebracht van hun Krokuskriebelsaanbod. Dit leverde niet steeds een artikel of reportage op. Culturele evenementen blijken niet altijd hot-issues te zijn voor de lokale perscontacten. In een stedelijke omgeving worden de perscontacten vaak gecoördineerd vanuit de stedelijke diensten en daar plukken de musea duidelijk de vruchten van.

Musea blijken hoofdzakelijk geïsoleerd de pers te bespelen. Een gezamenlijke perscampagne met musea in de omgeving blijft een uitzondering.

3.1.4 Startfeest Krokuskriebels

Wanneer en waar: zaterdag 2 februari in de Gevangenis van Tongeren

Aantal inschrijvingen: 156 volwassenen – 127 kinderen

Wegens het grote succes werd het programma aangeboden om 11u en om 15u

Programma

- Ludiek onthaal: kinderen registreren zich in de gevangenis
- Zoektocht 'Aanslag op een cipier' en drie gevangenen vertellen korte verhalen vanuit 'hun cel'
- Officiële opening Krokuskriebels, kinderen kunnen een tattoo laten zetten
- Pannenkoeken en chocomelk
- Een spannend ontsnappingsverhaal bij de vuurmand op de binnenkoer

3.2 Promotiematerialen

Om de promotiecampagne van de deelnemende musea en de afdelingen/gewesten van de Gezinsbond te ondersteunen stelden we gratis promotiematerialen ter beschikking:

- Affiches A2
- Affiches A3
- Stickers met logo Krokuskriebels
- Opdrukfolders A5

Sommige musea springen creatief om met de affiches en gebruikten ze niet alleen voor de aankondiging van het project maar ook om Krokuskriebelsmaterialen extra in de kijker te zetten (zoals een doos om evaluatieformulieren in te deponeren, spelmateriaal, ...) of als richtingwijzers.

Op de folders werd het eigen programma afgedrukt.

De stickers werden kwistig geplakt op alle uitgaande post de maanden voor Krokuskriebels of prijkten op het gebruikte spelmateriaal (zoekblaadjes, naamkaartjes, ...). Zij dienden tevens als richtingwijzer en werden als gadget enorm gewaardeerd door de deelnemers, jong en oud.

Zowel naar inhoud als naar bruikbaarheid gaven de musea een hoge score voor alle promomaterialen.

3.3 Externe partners voor promotie- en mediacampagne

CultuurNet Vlaanderen met de Vlieg-je-mee campagne

CultuurNet Vlaanderen focust met de vlieg-je-mee campagne heel sterk op de doelgroep kinderen en gezinnen. Hierdoor was deze organisatie een partner bij uitstek voor het Krokuskriebelsproject.

De actie werd vermeld in de Vliegbrief die naar duizenden kinderen verzonden werd.

Openbaar Kunstbezit Vlaanderen

Op de homepage van tento.be stond een banner van Krokuskriebels met doorklikmogelijkheid naar de Krokuskriebelswebsite

Cultuurweb

Gelijktijdig met de website van Krokuskriebels stond ook alle informatie over de verschillende activiteiten op www.cultuurweb.be. Deze gegevens hadden we zelf via de cultuurdatabank ingebracht zodat we een uniforme weergave van de info verkregen waardoor de zichtbaarheid van het project vergrootte.

In de aanloop van het project stond een korte info op de homepage van cultuurweb met een doorklikfunctie naar de eigen website.

4. CONCLUSIES

Ook deze vierde editie van Krokuskriebels sluiten we af met een tevreden gevoel. Zeker wat betreft het aantal deelnemende musea stellen we een enorme boom vast in vergelijking met de vorige edities. Ook het aantal deelnemers blijft stijgen.

| Jaartal | Aantal musea | Aantal deelnemers |
|---------|--------------|-------------------|
| 2002 | 30 | 11.304 |
| 2004 | 47 | 27.332 |
| 2006 | 47 | 24.870 |
| 2008 | 78 | 28.446 |

4.1 Evaluatie van het project in functie van de doelstellingen

Promotie van cultuurparticipatie als waardevolle vrijetijdsbesteding bij (groot-)ouders met jonge kinderen.

Het groot aantal deelnemers aan het project geeft reeds een eerste indicatie dat mensen een bezoek aan het museum wel zien zitten als activiteit in een schoolvakantie. Nogal wat grootouders bezochten de musea samen met hun kleinkinderen.

Niettegenstaande het activiteiten aanbod vaak zeer groot is in deze periodes, zeker in stedelijke agglomeraties, zijn we er in geslaagd een aanzienlijk aantal mensen warm te maken voor musea. De deelnemers bevestigen dit zelf. Krokuskriebels bleek een stimulans voor hen om naar het museum te gaan en belangrijker nog is te noteren dat zij na deze ervaring de smaak te pakken hebben. Ze waren in hoge mate tevreden en komen zeker terug noteerden de meeste museummedewerkers.

Stimuleren van de culturele instellingen om meer aandacht te besteden aan een gezinsgerichte aanpak.

In de aanloop van het project werden de Krokuskriebelsmusea uitgenodigd om deel te nemen aan de infosessies in het kader van de Erfgoeddag 2008. Tijdens deze sessies werd in aparte workshops aandacht besteed aan de gezinsgerichte publiekswerking in musea en andere erfgoedinstellingen. Ook uit de brochure "All-in" konden de musea vele bruikbare tips halen om gezinsgerichte activiteiten te realiseren.

Musea beseffen maar al te goed dat het net die gezinsgerichte aanpak is die gezinnen doet kiezen voor een museumuitstap. Ook het aanbieden van extra activiteiten (zoals workshops, theatervoorstelling) naar aanleiding van een specifiek project doet gezinnen besluiten naar het museum te gaan. Zo werden in een museum meer deelnemers genoteerd voor een exclusieve workshop in het kader van Krokuskriebels dan voor het permanente aanbod met zoekblaadjes.

Musea bevestigen dat zij het aanbod ontwikkeld voor Krokuskriebels nadien overnemen in hun permanent aanbod. Het gaat hier zowel over een totaal nieuw concept, als een activiteit in het kader van schoolbezoeken maar dan aangepast aan de specifieke situatie van het gezin.

In de tijdsperiode tussen de vorige editie van Krokuskriebels in 2006 en nu merken we een positieve evolutie in de publiekswerking van de musea met betrekking tot gezinnen. Op de vraag "Hebt u al een vast aanbod voor gezinnen" antwoordde in 2006 nog 45% van de musea negatief. Dit aantal is bij deze editie teruggebracht tot 28%. Voor de meeste musea zijn gezinnen een zeer belangrijke doelgroep.

Bereiken van een nieuw doelpubliek

Uit de beperkte schriftelijke enquête die we voerden bij de deelnemers blijkt dat voor 83% van de deelnemers Krokuskriebels niet hun eerste contact was met het museum. In onze vraagstelling hebben we echter niet gevraagd of dit hun eerste keer was in gezinsverband.

Volgens de musea zelf werkt Krokuskriebels drempelverlagend en trekt het nieuwe bezoekers aan. Krokuskriebels is voor vele ouders een opstap om naar het museum te trekken in gezelschap van hun kinderen. Musea beweren ook tijdens Krokuskriebels meer gezinnen te hebben ontvangen dan in een gewone vakantieperiode. Daar waar de krokusvakantie vaak een stille periode is voor veel musea steeg het aantal bezoekers opmerkelijk.

54% van de musea vindt bovendien dat zij door de tariefregeling van de Gezinsbond nieuwe gezinnen over de brug haalden. Dat bevestigen ook de deelnemers zelf.

Stimuleren van de musea om samenwerkingsverbanden aan te gaan met een breed veld van culturele instellingen (erfgoed, culturele centra, bibliotheken), de kunsteducatieve sector, de cultuursector (podiumkunsten, literaire en muzikale inbreng) en het verenigingsleven.

Musea zijn veelal 'einzelfgänger' in de uitwerking van hun activiteiten. Het opzoeken van elkaar of contact zoeken met andere culturele actoren en instanties is vaak enkel bedoeld voor promotionele doeleinden.

Enkele musea deden voor de uitwerking van hun aangeboden workshops/activiteiten beroep op een externe organisatie:

Etnografisch Museum in Antwerpen: workshop met djembé-speler

Koninklijk Museum van Hedendaagse Kunst Antwerpen: theatervoorstelling

Abdijmuseum Ten Duinen 1138: theatervoorstelling

Een schitterend voorbeeld van samenwerking tussen verschillende culturele actoren bij een project als Krokuskriebels was het aanbod van de stedelijke Musea Dendermonde. Hierbij werd een samenwerkingsverband op mega-formaat gerealiseerd, tijdens de krokusvakantie stond Dendermonde cultureel op z'n kop dixit de organisatoren zelf. Het aanbod liep over de verschillende musea en vond plaats op diverse locaties. Meerdere diensten werkten hieraan mee: de bibliotheek, het cultuurcentrum, ... Deelnemers konden zelf hun programma samenstellen. Er was voor elk wat wils.

4.2 Evaluatie van het project in functie van de vooropgestelde indicatoren

4.2.1 Effectindicatoren

⇒ Minimaal 50 musea participeren aan de actie.

80 musea dienden een aanvraag in, 78 musea haalden de eindmeet.

⇒ Minimaal 20.000 personen participeren aan de Krokuskriebels-activiteiten; minimaal 50 % van de participanten is jonger dan 13 jaar.

We klokken deze editie af op 28.446 bezoekers maar kunnen dit getal door extrapolatie vermeerderen met 10 tot 20% waardoor we uitkomen op een totaal aantal bezoekers van zeker 34.000 deelnemers.

Splitsen we de deelnemers op naar leeftijd geeft dit een verhouding van 38% volwassenen en 31% kinderen. Te noteren valt dat bij 31% van de deelnemers geen leeftijdsopgave stond.

⇒ Minimaal 80 % van de ondervraagde participanten geeft aan tevreden te zijn over het bezochte Krokuskriebelsmuseum (op een vijfpuntenschaal, gaande van "zeer tevreden" tot "helemaal niet tevreden")

72% van de deelnemers die de schriftelijke vragenlijst in de musea invulden, toonden zich erg tevreden, 24% gaf aan redelijk tevreden te zijn.

⇒ Minimaal 50 medewerkers van musea nemen deel aan de studiedag "Gezinsvriendelijke Musea".

In de maand oktober organiseerde de Erfgoedcoördinatie in aanloop tot de Erfgoeddag 2008 meerdere infosessies voor musea en andere erfgoedinstellingen. Omdat de focus bij deze infosessies ondermeer lag op het aanbieden van gezinsvriendelijke activiteiten nodigden we ook de Krokuskriebelsmusea op deze infomomenten uit. We hebben echter geen zicht op het totaal aantal deelnemers.

4.2.2 Prestatie-indicatoren

⇒ Druk en verspreiding van een promotieartikel in het infoblad voor kaderleden van de Gezinsbond

Ja, in de edities van oktober en december 2007 en deze van januari 2008

⇒ Druk en verspreiding van het extra programmakatern in de gezinskrant van de Bond

Ja, op 25 januari 2008

⇒ Druk en verspreiding van ondersteunende artikels in de gezinskrant van de Bond

Ja, in meerdere edities van december 2007 en januari 2008

⇒ Het aanmaken en online brengen van een website specifiek rond dit project

Ja, op 17 december 2008: www.krokuskriebels2008.be

⇒ Druk van folders en affiches en verspreiding ervan via de deelnemende musea en de gewesten en de plaatselijke afdelingen van de Gezinsbond

Ja, op aanvraag