

THE YOUNG ONES

TIPS EN TRICKS
VOOR EEN JUUCLYVOLLE
JONGERENWERKING

WAAROM MET JONGEREN WERKEN

Veel musea geven aan dat zij graag samen zouden willen werken met jongeren. Maar waarom zou een museum dat willen? Jongeren zijn toch niet geïnteresseerd in kunst, zij vinden musea suf en zij willen zich toch helemaal niet inzetten voor een museum? De ervaringen van AmuseeVous en succesvolle jongerenwerkingen in binnen- en buitenland bewijzen het tegendeel. Waarom zou je als museum een jongerenwerking willen starten? Wel, hierom!

Andere insteek en nieuwe inzichten.
Jongeren kijken op een andere manier naar kunst en musea

Investeren in jong talent

Vergroten van de naamsbekendheid

Door samen te werken met jongeren is het gemakkelijker om andere jongeren aan te spreken, een groter publieksbereik

Om je museum te profileren als een museum voor iedereen!

Er zijn genoeg musea die door middel van educatiemateriaal en informatie voor scholen al op jongeren mikken. Op deze manier komen er inderdaad meer jongeren in het museum, maar vooral in klassikaal verband. Het individuele bezoek wordt zo niet gestimuleerd en jongeren worden niet direct betrokken bij het museum. Om jongeren te bereiken en meer te betrekken bij je museum wijk je dus beter af van de geijkte schoolpaden.

STRUCTURELE JONGERENWERKING

Eerst en vooral is het belangrijk om na te gaan wat je precies wilt doen met jongeren. Een keer per jaar een avond voor jongeren in het museum organiseren vergt een heel andere aanpak en visie dan een specifieke en langdurige samenwerking met jonge mensen. Eenmalige inspanningen zorgen bijna nooit een langetermijneffect. Met deze publicatie willen we je wat tips en tricks geven voor een structurele jongerenwerking.

OP ZOEK NAAR JONGEREN

Een jongerenwerking starten zal niet direct van een leien dakje gaan. Lang niet alle jongeren zijn geïnteresseerd in kunst en cultuur. Om een jongerenwerking te starten die ook slaagt op de lange termijn heb je jongeren nodig die geïnteresseerd zijn én willen participeren.



INTERESSE

Jongeren zijn niet over één kam te scheren en dat geldt zeker als het over culturele interesse gaat. Je kunt jongeren verdelen in drie groepen met een verschillend interesse niveau op het gebied van cultuur:

- Geïnteresseerden

- Potentieel geïnteresseerden

- Niet-geïnteresseerden

Geïnteresseerde jongeren komen regelmatig in contact met kunst en cultuur en gaan zelf op zoek naar culturele activiteiten.

Potentieel geïnteresseerde jongeren staan open voor kunst en cultuur, maar hebben extra prikkels nodig om te participeren. Zij kunnen overtuigd worden door interessante thema's en projecten die aansluiten bij hun interessegebieden en leefwereld.

Niet-geïnteresseerde jongeren interesseren zich niet of nauwelijks voor kunst of cultuur. Zij zien musea als saaie, saffe plekken waar je enkel met de handen op de rug naar schilderijen moet staren. Meestal komen zij enkel in aanraking met musea via schoolbezoek.

Het is erg moeilijk om deze laatste groep jongeren enthousiast te maken voor musea, daarom richt je je voor een structurele jongerenwerking beter op geïnteresseerden en potentieel geïnteresseerden.

DREMPELS

Naast de mate van interesse van jongeren zijn er ook een aantal drempels waar zij overheen moeten stappen om een museum te bezoeken. Vaak ontstaat er een drempel omdat het aanbod van het museum niet aansluit op de interesses van jongeren, of omdat het museum geen moeite doet om het aanbod interessant te maken voor jonge bezoekers. Een externe partner kan helpen om jongeren naar het museum te krijgen, maar veel musea ontbreekt het de (financiële) middelen om samen te werken met een externe partner. Promotiemateriaal wordt meestal niet verspreid op plekken waar veel jongeren komen, waardoor zij niet bereikt worden. Ook belangrijk om te weten is dat voor veel jongeren musea gewoon als 'niet cool' beschouwd worden.

Veel jongeren denken dat je heel wat voorkennis moet hebben om kunst te kunnen begrijpen, terwijl zij ook zonder die kennis de kunst toch kunnen vinden. Daar komt bij dat de onervaren jongeren vaak gewoon niet weten wat er in het museum te zien is. Tenslotte zijn er ook nog eens tal van andere culturele activiteiten waaruit jongeren tegenwoordig kunnen kiezen, waardoor je als museum echt iets moet aanbieden wat de moeite waard is!

WERVEN

De beslissing is genomen, je museum wil een jongerenwerking starten. Op zoek naar jongeren!

Maak het programma breed bekend via je website en Facebook, jongerenmagazines, jeugdverenigingen, nieuwsbrief, uitzendbureaus, scholen en via jongeren die je kent. Vermeld in je oproep wat je project inhoudt, wat er van de jongeren verwacht wordt en binnen welk tijds kader het zich zal afspelen.

Het is goed om naar de motivatie van jongeren te peilen, bijvoorbeeld in een motivatiebrief en/of intakegesprek. Vraag naar hun vaardigheden, verwachtingen, engagement en inzet. Zo weet je al een beetje wat voor vlees je in de kuip hebt. Een selectie geeft bovendien een gevoel van exclusiviteit, een gevoel van speciaal te zijn als je aan het project mee mag doen.

WAARSTREEF JE NAAR?

Dat het starten van een structurele jongerenwerking geen eenvoudige opgave is, moge duidelijk zijn. Toch zijn er tal van musea die een succesvolle samenwerking met jongeren zijn aangegaan. Het is dus zeker niet onmogelijk. Elk museum dat met jongeren werkt leert nieuwe dingen en krijgt andere inzichten. We geven je graag een paar voorbeelden!

PEER EDUCATION: LIKE & SHARE

Een mooi voorbeeld van een zeer succesvolle jongerenwerking zijn De Blikopeners van het Stedelijk Museum in Amsterdam. Zij zijn begonnen in 2008 met 15 jongeren van 15 tot 19 jaar oud. Er wordt gestreefd naar diversiteit, De Blikopeners komen uit verschillende stadsdelen, hebben verschillende opleidingsniveaus en achtergronden. Een groot verschil met andere jongerenwerkingen is dat lid zijn van De Blikopeners echt een bijbaan is waar de jongeren voor betaald worden. Dit zorgt er tevens voor dat De Blikopeners gemakkelijker jongeren uit verschillende milieus aanspreken. Het project speelt sterk in op peer education. De nieuwe groep Blikopeners wordt rondgeleid door de oude groep en de jongeren trekken hun vrienden en vriendinnen mee naar de projecten van het museum.

Ook het Diamantmuseum in Antwerpen heeft ervaring met peer education. Hun jongerenwerking is gestart in 2007, aanvankelijk om de tentoonstelling 'Bling Bling, de kroonjuwelen van de hip hop' aan te laten kleden door jongeren. De samenwerking met jongeren resulteerde in het ontstaan van een heel gevarieerde groep, die op hun beurt weer vrienden en vriendinnen meenamen. Omdat het museum zich richtte op hip hop en zocht naar jongeren die daar affiniteit mee hadden, was de groep niet specifiek cultuur-mind. De groep gaf zelf rondleidingen in het museum, ook aan hun eigen klas. Door de samenwerking met de jongeren kreeg het Diamantmuseum jonge mensen over de vloer die anders niet zo snel hun weg naar het museum hadden gevonden.

VERANTWOORDELIJKHEID: YOU CAN DO IT!

Om jongeren echt te betrekken bij je museum is het belangrijk dat zij serieus worden genomen en zekere mate van verantwoordelijkheid krijgen. Als zij het gevoel hebben dat ze hun steentje bijdragen en dat er iets gedaan wordt met hun ideeën zullen zij zich eerder betrokken voelen bij het museum en zich meer inzetten. De Blikopeners organiseren bijvoorbeeld elk jaar een groot evenement in het Stedelijk Museum, waarbij zij, onder begeleiding, alle facetten van de organisatie op zich nemen. De jongeren zijn elk jaar weer ontzettend trots op hun project en nemen hun vrienden en familie mee om te komen kijken. De Blikopeners komen wekelijks bij elkaar en worden beschouwd als ambassadeurs van het museum. Er wordt naar hun mening gevraagd en geluisterd naar hun opmerkingen. De jongeren van MAS in Jonge Handen van het MAS in Antwerpen

krijgen een gelijkwaardige behandeling. Het MAS heeft als doel een museum te zijn waar jongeren zich thuis voelen. In 2012 kregen de 10 jongeren van MAS in Jonge Handen, in samenwerking met De Veerman, een intensief opleidingstraject waarin ze leerden hoe ze naar de collectie kunnen kijken zodat ze andere jongeren ook kunnen verleiden tot het bezoeken van de collectie. Naast deze vorm van peer education organiseren de jongeren ook evenementen zoals het zeer succesvolle [MAS]KED, een gemaskerd bal in het MAS waar dit jaar 2500 jongeren op afkwamen.

Leren door te doen is een belangrijke factor binnen een jongerenwerking. Jongeren doen immers de meeste ervaring op door zelf projecten te organiseren en uit te voeren. Natuurlijk gaat dit wel eens fout, maar van hun eigen fouten leren ze het meest!



BELONING: MONEY MONEY MONEY?

Vaak komt de vraag naar boven of de jongeren beloond moeten worden voor hun werkzaamheden. De Blikopeners zijn bijvoorbeeld in dienst bij het Stedelijk Museum, de leden van Jongbloed! van het KMSKA krijgen een vrijwilligersvergoeding, en ook de jongerengroep van het Diamantmuseum werd op die manier vergoed. Volgens Dorine van Kampen, medewerker en begeleider van de Blikopeners, is het essentieel dat zij de jongeren betalen,

omdat de jongeren zo eerder geneigd zijn om verantwoordelijkheid te nemen en zich in te zetten en bovendien gemakkelijker op hun verplichtingen kunnen worden gewezen. Succesvolle jongerenwerkingen die de jongeren niet betalen laten zien dat een betaling niet perse noodzakelijk is. Het is echter wel zeer belangrijk om de jongeren het belang van hun aanwezigheid in te laten zien, zodat zij betrokken en gemotiveerd blijven.

AANDACHTSPUNTEN KEEP IN MIND!

Wij weten dat het voor een museum niet altijd gemakkelijk is om jongeren te bereiken. Maar we zijn er van overtuigd dat het kan, zolang je maar wilt en met een aantal dingen rekening houdt!

Bedenk van tevoren goed na over wat je wil bereiken met je jongerenwerking. Waarom wil jij eraan beginnen? Wat is de meerwaarde voor je organisatie? Wat heb je jongeren te bieden?

Wil je dat de jongeren zelf projecten en evenementen gaan opzetten? Wil je dat zij rondleidingen gaan geven? Wil je dat ze andere jongeren aan gaan spreken en enthousiast maken voor je museum? Hoe vaak wil je iets voor jongeren organiseren? Afhankelijk van je doel en je plannen kun je gaan bepalen hoe je dit in wilt gaan vullen. Welke financiële middelen heb je hiervoor nodig? Hoeveel tijd kunnen jij of je collega's vrijmaken? Er zijn een aantal punten waar je rekening mee moet houden bij het starten van een jongerenwerking en wij vertellen je graag welke.



TIJD & AANDACHT

Het is wellicht geen verrassing maar een jongerenwerking opzetten én verder begeleiden is enorm arbeidsintensief. Het is weekendwerk, avondwerk, je moet bereikbaar zijn voor de jongeren buiten kantooruren, ze moeten je kunnen bereiken op je gsm en je moet de moeite willen doen om hen te contacteren en te motiveren. Een duidelijke contactpersoon voor de jongeren is belangrijk. Een medewerker die zich deeltijds - of nog beter voltijds - in kan zetten voor de jongerenwerking is zeker geen overbodige luxe!

Jongeren zijn met veel zaken tegelijk bezig en je moet je erop voorbereiden dat je soms veel moeite moet doen om jongeren bij elkaar te krijgen. Daarnaast is de begeleiding erg belangrijk. Jongeren willen en kunnen veel maar zij hebben wel sturing en aandacht nodig. Zij moeten zich echt thuis voelen in het museum.



DRAAGVLAK VANUIT HET MUSEUM

Als je een jongerenwerking wilt gaan starten is het van groot belang dat heel het museum achter je staat. Zonder een draagvlak vanuit de organisatie is je jongerenwerking gedoemd om te mislukken. De directie moet het belang van werken met jongeren inzien, zodat zij er middelen en personeel voor willen inzetten. Bovendien is het belangrijk dat je collega's ervoor open staan. Maak hen duidelijk dat de ideeën en visies van jongeren ook voor hen interessant kunnen zijn. Jongeren zien het museum door andere ogen dan de mensen die er al lang werkzaam zijn. Je kunt als museummedewerker iets leren uit de manier waarop jongeren naar je museum kijken. Jongeren zullen zich eveneens sneller thuis voelen in het museum als zij het gevoel hebben dat alle museummedewerkers hen verwelkomen.

LANGETERMIJNDENKEN

Bij het starten van een jongerenwerking ga je niet over één nacht ijs. Het moet kunnen groeien. Het is iets nieuws, dus het museum, de collega's, de directie, de jongeren en het publiek hebben tijd nodig om zich te ontwikkelen en aan te passen. Evalueer je projecten, bekijk wat werkt en wat niet werkt en stel zo nodig je doelstellingen bij. Het is onmogelijk om op korte termijn te bepalen of je werking leidt tot meer aandacht en betrokkenheid van jongeren in je museum. Bovendien zorgt een langetermijnvisie ervoor dat je eerder gemotiveerd bent om je werking te evalueren en te verbeteren. Blijven leren is de boodschap!

Naast deze punten is het natuurlijk het allerbelangrijkste dat je het leuk vindt om met jongeren te werken! Ja, je moet er veel energie in steken, maar daar krijg je een hoop voor terug. Je geeft de jongeren een kans om hun talenten te ontwikkelen, je biedt hen een (eerste) werkervaring en ze leren hoe het eraan toegaat in een museum. Op hun plaats geven jongeren een boost aan het museum, ze kijken op een andere manier naar het museum en de collectie, waardoor je zelf ook weer scherp gesteld wordt. Jongeren zorgen voor een publieksverjonging en een groter publiekbereik. En dan blijkt dat jongeren musea helemaal niet zo suf vinden. Wij zeggen, ga ervoor!

JONGERENWERKING STARTEN?

DE MUST-HAVES!

- GOESTING!
- ENTHOUSIASTE JONGEREN DIE ERVOOR WILLEN GAAN
- VÉÉL GEDULD
- TIJD EN AANDACHT
- STEUN VANUIT DE ORGANISATIE EN COLLEGA'S
- GOEDE BEGELEIDING VAN DE JONGEREN,
EEN VASTE BEGELEIDER IS IDEAAL
- DURF NIEUWE DINGEN TE PROBEREN!

1, 2, 3, START!
TO DO LIST

STAP 1 DAAR GAAT IE DAN

- Stel doelen op
- Zorg voor een draagvlak in het museum
- Denk op de lange termijn

STAP 2 DE ZOEKTOCHT NAAR JONGEREN

- Zoek jongeren via een oproep die je zo breed mogelijk verspreid
- Selecteer jongeren op basis van motivatie, vaardigheden en engagement
- Krijgen ze een vergoeding?
- Afspraken maken

STAP 3 GEEF HET TRAJECT VORM

- De jongeren een kader geven waarbinnen ze kunnen werken
- De jongeren begeleiden bij het organiseren en uitvoeren
- Zorg voor een taakverdeling
- Bepaal een einddoel, bijvoorbeeld een feest of tentoonstelling

STAP 4 TREK PUBLIEK

- Gebruik de jongeren voor peer education en peer communication, zij dragen de boodschap uit naar andere jongeren
- Laat de jongeren contact leggen met pers
- Zorg voor zichtbaarheid

STAP 5 EVALUEREN

- Wat gaat goed?
- Wat kan beter?
- Hoe kan ik verbeteren?
- Zijn de doelen bereikt?
- Moeten er nieuwe doelen gecreëerd worden?

**FIN U BENT KLAAR OM
ERAAN TE BEGINNEN.
VEEL SUCCES!**

CONTACT & COLOFON

AMUSEEVOUS

Drabstraat 42
9000 Gent

WWW.AMUSEEVOUS.BE

REDACTIE

Inge de Wolf

VORMGEVING

Krysztoff Dorion
www.grotezk.be

COPYRIGHT

P.2 MUSEUM PLANTIN MORETUS, ANTONIA GERN

P.4 & 6 BEN CLAESSENS

P.2 PHILE DEPREZ

COVER KMSKA



Vlaanderen
verbeelding werkt