



erfgoed brabant

Handboek Museum



Inleiding bezoekersreis

Hoe ervaren bezoekers hun reis door ons museum? Slaat onze presentatie aan bij hun verwachtingen? Hoe krijg ik mijn beoogde doelgroep binnen?

Dit zijn vragen die spelen bij veel musea. Om meer inzicht te krijgen in de belevingswereld van bezoekers en meer in te spelen op hun wensen, hebben studenten van de Breda University onderzoek gedaan naar het instrument *de bezoekersreis*. Tijdens een bezoekersreis werken museummedewerkers samen om te achterhalen waar de sterke punten van musea liggen en waar nog ruimte is voor verbetering. Dit doen zij door in de rol van een bezoeker te stappen en met die ogen het museum te bezoeken. Wat valt op? Is alles wel duidelijk? Daarna wordt er geëvalueerd en tips en trucs uitgewisseld.

In opdracht van Erfgoed Brabant deden de studenten dit onderzoek tijdens een pilot met het Graafs Museum, MUBO en Museum Jan Heestershuis in 2018. Hieruit is gebleken dat dit instrument van grote meerwaarde kan zijn om een waardevol bezoek voor bezoekers te creëren. Door de bevindingen van de bezoekersreis goed in kaart te brengen en door te luisteren naar elkaars kennis en expertise komen er verbeterkansen voor het museum naar voren.

Wilt u ook meedoen?

U kunt samen met een aantal musea een traject starten om een bezoekersreis te maken. Zo'n traject bestaat uit een voorbespreking en een aantal workshopdagdelen, afhankelijk van het aantal deelnemers. In dit document leest u wat er dan van u verwacht wordt en wat het u kan opleveren. Bent u geïnspireerd en wilt u deelnemen? Neem dan contact met ons op!

Traject bezoekersreis

Het traject bestaat uit 2 fases, namelijk de voorbereiding en de workshops.

Vorbereiding

De voorbereiding bestaat uit een werkafpraak met Erfgoed Brabant. Tijdens deze afspraak kiest u samen met ons de doelgroepen die u tijdens de bezoekersreis centraal wilt stellen in uw museum. Dit mogen 2 à 3 doelgroepen zijn. Dit kunnen doelgroepen zijn die uw museum meer wil aantrekken of doelgroepen die al met enige regelmaat het museum bezoeken. De doelgroep die u kiest, bestaat uit 2 personen. Bijvoorbeeld een echtpaar, twee vriendinnen of een moeder met kind. Dit zijn fictieve personen die de hele doelgroep vertegenwoordigen. Deze fictieve persoon krijgt een naam, leeftijd, heeft hobby's en wordt in detail beschreven. Hoe beter deze persoon wordt beschreven, des te meer zal het museum uit het traject halen. Hieronder een voorbeeld van een doelgroep:

Miranda is 40 jaar en woont in Schijndel, heeft een Nederlandse nationaliteit en getrouwd met Sjaak. Met hem heeft ze 2 kinderen van 8 en 10 jaar en heeft een modaal inkomen. Haar hobby's zijn koken en fitness. Reden van bezoek: Miranda bezoekt samen met haar kind, Jens, het museum in Schijndel. Het is een regenachtige woensdagmiddag en ze zijn nog nooit in het museum geweest. Als echte Schijndelnaar vindt ze het belangrijk om iets mee krijgen uit Schijndel. Ze heeft gehoord dat er een 'doe opdracht' is voor kinderen dus Jens zal zich zeker vermaken.

Bovenstaand persoon is dus fictief gevormd en vertegenwoordigt een doelgroep, die vooraf bepaald is door uw museum. Probeer vooraf al eens na te denken over welke doelgroep u meer te weten zou willen komen.

Wanneer de workshop bij u is, heeft u een faciliterende rol. Tijdens de werkafpraak bespreken we ook de planning van zo'n dag en de taken die u dan heeft.

De workshops

U neemt met 2 à 3 andere musea deel aan het traject. Per museum mogen er 2 mensen meedoen.

Alle deelnemende musea faciliteren 1 workshopmiddag of –ochtend en alle deelnemers gaan een keer bij elkaar op bezoek. Voorafgaand krijgt u per mail informatie over de bezoeker, in wiens huid u gaat kruipen, toegestuurd. Tijdens het bezoek aan het museum gaat u zich inleven in deze bezoeker en bekijkt en beoordeelt u het museum. Vragen die u zich daarbij kunt stellen zijn: Wat spreekt mij aan als deze bezoeker? Waar zou het museum nog meer uit kunnen halen?

Wanneer de workshop bij u is, heeft u een faciliterende rol en u krijgt de kans om waardevolle informatie te verzamelen over uw museum. U staat er natuurlijk niet alleen voor. Erfgoed Brabant is aanwezig om samen de dag te faciliteren. Om een kleine indruk te geven van hoe zo'n dag eruit ziet, volgt hier een mogelijke planning.

10:00 – 11:00 uur	Alles gereedmaken voor de middag
11:00 – 11:30 uur	Doorspreken draaiboek met Erfgoed Brabant
11:30 – 12:00 uur	Aankomst deelnemers
12:00 – 12:45 uur	Lunch
12:45 – 13:00 uur	Welkomstwoord
13:00 – 13:30 uur	Inleven in de doelgroep
13:30 – 14:30 uur	Bezoekersreis
14:30 – 15:30 uur	Feedback verzamelen en delen
15:30 – 16:30 uur	Afsluiting en borrel



Workshop bij MUBO op 29-11-2018

Samengevat

Kort samengevat is de bezoekersreis bedoeld om meer inzicht te krijgen in hoe een bepaalde doelgroep uw museum ervaart. Het traject bestaat uit een voorbespreking en 2 à 3 workshops waarvan er 1 in uw museum plaatsvindt. Deze workshops volgt u met 2 medewerkers van uw eigen museum, 4-6 medewerkers van de andere musea en 1 persoon van Erfgoed Brabant.

Wat wordt er van deelnemende musea verwacht?

- Tijd investeren om voorbereidingen te treffen (voorgesprek en inleven personages)
- Een middag faciliteren waarbij het museum haar deuren opent voor de bezoekersreis
- Lunch en borrel verzorgen tijdens de workshop in uw museum
- Een bezoek aan de andere deelnemende musea
- Deelname met 2 medewerkers

Wat levert dit traject op?

- De bezoekersreis geeft inzicht in wat een doelgroep ervaart en hoe het bezoek gewaardeerd wordt.
- Het geeft inzicht in de sterke punten van het museum en benadrukt waar de kracht van het museum ligt.
- Het geeft inzicht in waar de verbeterpunten liggen voor het museum, zodat er nog beter op de verschillende doelgroepen ingespeeld kan worden.
- Tijdens de bezoekersreis wissel je kennis en expertise uit met andere musea.
- De reis biedt een kijkje in de keuken bij andere musea.
- Het traject levert een netwerk op met waardevolle contacten.
- Deelname is gratis (u betaalt wel een keer de lunch, koffie/thee en borrel)

Wilt u starten met dit traject? Neem dan contact op met Erfgoed Brabant en denk alvast na over wat u wilt bereiken, wie de eventuele doelgroepen zijn en welke medewerkers willen deelnemen aan dit traject.