



JANIEN PRUMMEL EN BRAM BEELAERT:

EEN GOEDE GIDS IS JE BESTE AMBASSADEUR



In 2013 opende in Antwerpen het Red Star Line Museum. De verhalen van de landverhuizers die met de stoomschepen van de Red Star Line de overtocht naar Amerika maakten zijn het hoofdonderwerp van het museum. Een groep gidsen leidt de bezoekers rond: van schoolklassen en families tot volwassenen en specifieke groepen zoals cursisten Nederlands tweede taal. Reeds een ruim jaar vóór de eigenlijke opening, zette het museum de bakens uit voor de ontwikkeling van een gidsenwerking. Het ontwikkelde daarvoor een aantal werkinstrumenten, die ook Toerisme Vlaanderen aanbeveelt in de toolkit voor organisaties met gidsenwerkingen. Janien Prummel werd door het museum ingeschakeld als extern cultuurbemiddelaar om samen met de publieksmedewerker het niveau van kwaliteit te garanderen. Samen met Bram Beelaert, curator en onderzoeksleider, doet zij het verhaal.

VISIE ALS UITGANGSPUNT

“Nog voor er ook maar één gids was aangeworven, hebben we een missie en een visie omtrent de relatie van het museum met het publiek geformuleerd. Deze visie moest de leidraad worden voor de hele publiekswerking, maar fungeerde bij de samenstelling van een gidsenploeg meteen als een belangrijk uitgangspunt”, vertelt Janien. “Dankzij een heldere visietekst werd bij de werving, sollicitatie en opleiding van de gidsen al vrij snel duidelijk welke competenties een gids in het Red Star Line Museum moest bezitten. Hij moet in de eerste plaats verhalen kunnen vertellen; de concrete levensverhalen van de landverhuizers vormen immers de essentie van het museum. Daarnaast is ook de verbinding kunnen leggen met het heden en met het eigen leven een belangrijke vereiste. Daarbij komt nog de capaciteit om in interactie te gaan met het publiek en ook diversiteit is van meet af aan een rode draad geweest, want dat past bij de vluchtelingenthematiek.” Bram bevestigt: “Om de werving van de gidsen zo kwaliteitsvol mogelijk te laten verlopen, hebben we de competenties in kaart gebracht. En dit is duidelijk: de focus ligt niet op historische of encyclopedische kennis.” Geïnteresseerde organisaties met gidsenwerking vinden in de toolkit van Toerisme Vlaanderen tips en instrumenten in verband met missie en visie, competenties, werving en selectie van gidsen.

GROEPSSOLLICITATIE

De oproep werd breed verspreid om tot een zo divers mogelijke gidsengroep te komen. “Een tachtigtal personen kwam op onze oproep af”, zegt Janien. “In plaats van een individueel gesprek te houden met elke kandidaat, hebben we een viertal groepsessies georganiseerd. De kandidaten moesten allerlei opdrachten uitvoeren. Ze moesten met elkaar in gesprek gaan, een vertelopdracht uitvoeren en van gedachten wisselen over het thema ‘interactie met je publiek’. Dit gold als een soort test om te zien wie in aanmerking kwam. Uiteraard is het moeilijk om de boodschap te geven dat iemand niet geschikt is, maar we hebben telkens heel helder

gecommuniceerd rond de verwachtingen. Na de uiteindelijke selectie kregen alle gidsen een degelijke inhoudelijke en methodische opleiding met een aantal oefensessies.”

EVALUATIETRAJECT

“We staan nu drie jaar verder en gaan binnenkort van start met een evaluatietraject”, zegt Bram. “Elke gids krijgt immers een zekere vrijheid bij de uitwerking van zijn rondleidingen. Het evaluatietraject detecteert niet alleen waar er nog noden aan bijkomende vorming zitten, maar levert ons ook informatie over hoe elke gids het aanpakt. Het is belangrijk om daar als organisatie een zicht op te houden. We organiseren trouwens continu vorming. Zo gaf ik onlangs nog een voorbeeldrondleiding voor de gidsen rond de nieuwe tijdelijke tentoonstelling. Elke gids ontving daarbij de bundel met alle tentoonstellingsteksten en een achtergrondtekst.”

Samen met de publieksmedewerker ontwikkelde Janien een aantal evaluatie-instrumenten. “Er is een observatieformulier opgemaakt, waarmee men nauwkeurig een gidsbeurt kan observeren of evalueren. Als gidsen bijvoorbeeld een rondleiding bij een medegids volgen, helpt dat formulier hen om goed te kijken en van de medegids te leren. Ook hebben we een reflectieformulier naar de gidsen gestuurd. Daarin konden zij ieder voor zich hun sterke en minder sterke punten aangeven. Op een gidsenbijeenkomst zijn de bevindingen besproken.” Toerisme Vlaanderen biedt in de toolkit voor organisaties met gidsenwerking eveneens observatie- en reflectie-instrumenten aan.

GIDS ALS AMBASSADEUR

“Goed opgeleide gidsen zijn de beste ambassadeurs voor een museum”, betoogt Janien. “Investeren in de kwaliteit van de gidsenwerking levert dus alleen maar winst op. Het geeft niet alleen je bezoekers een betere ervaring. Het garandeert ook dat je gidsen echt dat verhaal vertellen dat je wil dat je bezoekers te horen krijgen. En dat lukt alleen als je vanuit een duidelijke visie vertrekt, die door je gidsen wordt gedeeld en uitgedragen.” Ook Bram waardeert de gidsen als een belangrijk eerstelijnscontact met de bezoeker. “Je moet evenveel zorg besteden aan je gidsbeurten dan aan de tentoonstelling en de tentoonstellingsteksten”, zegt hij. “Een pak mensen komt immers via de gids in contact met je museum, niet via de teksten.”

Een kwaliteitsvolle gidsenwerking uitbouwen doe je niet even tussendoor. Het vormt een project op zich. “We hadden de kans en het budget om doordacht te werk te gaan”, besluit Janien. “Aan organisaties die een gidsenwerking van nul wensen uit te rollen, raad ik aan om voldoende tijd uit te trekken. Het kan ook goed zijn om externe expertise in te schakelen, zodat de lasten een beetje verdeeld worden.”