



**Hoe kan Design Museum Gent design toegankelijk
en relevant maken voor een breed publiek,
ongeacht achtergrond of voorkennis?**

EINDRAPPORT

In dit magazine nemen we je mee op sleeptouw met DE40, een burgerpanel van veertig gelote Gentenaars. Verspreid over twee weekends kwamen zij samen om Design Museum Gent te adviseren over de toekomst van het museum. Ze kregen één centrale hoofdvraag en vier deelvragen voorgelegd, over toegankelijkheid, relevantie, verwelcoming en de betrokkenheid van Gentenaars bij het museum. Tijdens die twee weekends is er volop gediscussieerd, nagedacht en gedroomd over hoe het museum een plek voor iedereen kan zijn. Die rijke oogst aan ideeën leverde honderden tips op. Om hier lijn in te brengen, hebben we achteraf alle tips gebundeld in negentien thema's. Elk thema is een behoefte, een antwoord op de vraag "Wat is er nodig om ...?" Bijvoorbeeld: "Wat is er nodig om een plek van leren en doen te worden?"

DE
40

Op basis van die behoeften formuleerde DE40 vervolgens een reeks concrete 'uitnodigingen' aan het museum. Deze lees je in het tweede deel van dit magazine. Dat zijn meer dan honderd suggesties en aanbevelingen, telkens geformuleerd in de gebiedende wijs. Het zijn als het ware oproepen aan het museum: korte zinnen die beginnen met een werkwoord, alsof het panel rechtstreeks tegen het museum praat en zegt: "Doe dit" of "Probeer dat". Ongeveer de helft van de 19 behoeften en de bijhorende voorstellen werden uitgebreid besproken tijdens het laatste weekend van DE40. Tijdens die bespreking was er ook ruimte voor bezorgdheden. Niet elk advies of elke uitnodiging is zomaar te nemen of te laten. DE40 nodigt het museum uit om genuanceerd te kijken naar de adviezen. Ook de bezorgdheden worden daarom meegegeven. Zo lees je wat de Gentenaars belangrijk vinden, wat ze precies bedoelen en welke kanttekeningen ze erbij hebben.

Zo krijg je een uitgebreid en genuanceerd beeld over wat volgens DE40 nodig is om van Design Museum Gent een plek voor iedereen te maken. Tegen eind 2025 zal het museum een eerste maal terugkoppelen aan DE40 over hoe hun adviezen werkelijk worden. Een jaar na het verschijnen van dit rapport (juni 2026) volgt een tweede terugkoppeling en bij de heropening zal alles nog tastbaarder worden. We hopen dat je de energie en het enthousiasme van DE40 op elke pagina voelt. Dit magazine is geen droog verslag, maar een uitnodiging om mee te dromen over wat een designmuseum voor zijn publiek kan betekenen. We wensen je veel leesplezier!

Tijs & Lies
de procesbegeleiders



COLOFON

EINDRAPPORT DE40

Dit magazine biedt een overzicht van het burgerparticipatietraject DE40 van Design Museum Gent. In aanloop naar de heropening in 2026 wilde Design Museum Gent een museum worden dat écht gedragen wordt door de stad.

Daarom richtte het museum het burgerpanel DE40 op: een diverse groep van 40 Gentenaars die samen nadachten over hoe het museum toegankelijk en relevant kon zijn voor iedereen.

Een publicatie van:

Design Museum Gent
AGB Kunsten en Design
Botermarkt 1 · 9000 Gent
BE 0537.520.055

V.U. Astrid De Bruycker
Botermarkt 1 · 9000 Gent

Redactie:

De teksten in dit magazine werden bedacht door DE40 onder begeleiding van Tijs Vastesaeger en Lies Terryn van www.doenker.be.

Met bijzondere dank aan de redacteurs Nina Mathieu, Els Verstraeten, Jef Pringiers, Werner De Waele, Mila Soloviova, Jülchen Van den Hemel en eindredacteurs Pauline Vertongen, Eveline De Paepe en Kaj Zwerver.

Copyright:

foto's › Wannes Nimmegeers
tekeningen › Eline Cornelissen
en Gitte Vande Graveele



INHOUDSOPGAVE

Welkom	3
Colofon	4
Inhoudsopgave	5
Waarom een burgerpanel voor Design Museum Gent?	6
Hoe DE40 tot stand kwam	7
DE40 als een doorsnede van Gent	8
De vragen van het museum	10
Wat is er nodig?	11
Verloop › Werkvormen	12
Hoe de adviezen tot stand kwamen	14
Leeswijzer	15
DE40 portretten	16
NAAR BUITEN TREDEN	19
TRANSPARANTIE & OPENHEID	21
HET ONVERWACHTE	22
KLARE TAAL VOOR ALLEMAAL	24
TOEGANKELIJKHEID & INCLUSIE	25
GEDEELDE VERHALEN	26
ONTMOETING	27
DOELGROEPGERICHTE WERKING	28
VERSTILLING	30
MAKEN EN EXPERIMENTEREN	31
SPELEN EN ONTDEKKEN	33
ZINTUIGLIJKE BELEVING	34
SAMENWERKING	36
TOT OP HET HOOGSTE NIVEAU MOGEN MEEPRATEN	38
INSPRAAK VAN GENTENAARS	39
DESIGN ALS MOTOR VOOR VERANDERING	41
BREDER DAN DESIGN	43
ACTUELE MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S	44
REPRESENTATIVITEIT	46
Samenvatting	47



WAAROM EEN BURGERPANEL VOOR DESIGN

MUSEUM GENT?

In aanloop naar de heropening in 2026, zette Design Museum Gent een belangrijke stap richting vernieuwing en betrokkenheid: het riep een burgerpanel in het leven, DE40 genaamd. Dit panel van 40 gelote Gentenaars werd zorgvuldig geselecteerd om de diversiteit van de stad te weerspiegelen.

Het doel?

Samen nadenken over hoe het museum écht toegankelijk, relevant en betekenisvol kan zijn voor iedereen in de stad. Niet vanuit een ivoren toren, maar door actief te luisteren naar mensen met uiteenlopende perspectieven. Het burgerpanel deelde ideeën, vragen en ervaringen die helpen om het museum met andere ogen te bekijken.

Tijdens twee intensieve weekends kwamen de deelnemers samen in het stadhuis van Gent. Ze leerden elkaar en het museum kennen, verkenden thema's als zichtbaarheid, welkom voelen, leren & doen, en eigenaarschap. Op basis van die gesprekken formuleerden ze concrete adviezen voor de toekomst van het museum.

Voor Design Museum Gent was dit geen vrijblijvende oefening. De aanbevelingen van het panel worden gebundeld, publiek gepresenteerd en opgenomen in het verdere transformatieproces van het museum. Ze krijgen in 2026 letterlijk en figuurlijk een plek in het vernieuwde museum, waar de stem van de stad weerklinkt in tentoonstellingen, activiteiten en keuzes.

Met de oprichting van DE40 toonde het museum dat het zijn maatschappelijke rol ernstig neemt. Design gaat tenslotte over het vormgeven van de wereld om ons heen – en dat doe je niet alleen, maar samen.

MEER INFORMATIE VIND
JE OP WWW.DE40.BE



HOE DE40 TOT STAND KWAM

Om ervoor te zorgen dat het panel van 40 Gentenaars zoveel als mogelijk een doorsnede van de Gentse bevolking zou vormen, werd een steekproef getrokken uit het **Gentse bevolkingsregister**: 3.012 inwoners kregen een persoonlijke uitnodiging in de bus. Deze selectie hield rekening met leeftijd, geslacht, migratieachtergrond en spreiding over de stad.

Anderzijds werd er via een **open oproep** campagne gevoerd, in samenwerking met middenveldorganisaties en de wijkregisseurs van de stad.

Op **24 maart 2025** vond de loting plaats. De selectie hield rekening met acht kenmerken: leeftijd, gender, opleidingsniveau, migratieachtergrond, financiële situatie, rolstoelgebruik, gezinssituatie en woonplaats (spreiding over 7 stadsdelen).

Het **resultaat** was een burgerpanel waarin mensen samenkwamen die elkaar anders wellicht nooit ontmoet zouden hebben: van tieners tot gepensioneerden, van mensen met een universitaire opleiding tot mensen zonder diploma, van welgestelde Gentenaars tot mensen die met heel weinig moeten rondkomen.

Zo werd DE40 niet alleen een groep die advies gaf aan het museum, maar ook een representatief staal van de stad. Niet zomaar "een groep vrijwilligers", maar een zorgvuldig samengestelde mix van stemmen die samen nadachten over hoe Design Museum Gent een plek kon worden voor iedereen.

14.02.2025 DOE MEE MET HET BURGERPANEL DE40

Design Museum Gent

UITNODIGING

Beste Gentenaar,
Design Museum Gent wil een plek zijn waar iedereen zich welkom voelt. Daar hebben we jouw hulp bij nodig!

Je bent één van de 3.000 Gentenaars die uitgekozen werden om mee te doen met DE40: een groep van 40 mensen die samenkomt om ideeën te bedenken en ons raad te geven.

Wat gaan we doen?
In twee weekends denken we samen na over deze vraag: *Hoe kan Design Museum Gent design toegankelijk en relevant maken voor een breed publiek, ongeacht achtergrond of voorkennis?* Je hoeft zelf nog niets te weten over musea of design, wij zullen je informeren en inspireren.

26-27 april 2025 en 17-18 mei 2025
op zaterdag 09:30-17:00, op zondag 09:30-16:00
De Kleine Sikkeld - vlakbij Sint-Baafsplein in centrum Gent

Wat krijg je?

- boeiende gesprekken en toffe activiteiten
- je leert er nieuwe mensen kennen
- €40 vrijwilligersvergoeding per dag
- een lekkere lunch
- opvang voor je kinderen
- je ticket voor bus of tram

Op 24 maart loten we uit alle kandidaten 40 mensen van verschillende leeftijden, achtergrond enzovoort. Zo zorgen we ervoor dat DE40 de bevolking van Gent weerspiegelt.

Doe je mee?
Stel je kandidaat tot en met 21 maart via:

www.de40.be

Heb je vragen?
Kijk op de website, mail of bel ons:
info@de40.be
0493 31 65 13

We hopen je snel te ontmoeten!
Het Design Museum Gent Team

#designmuseumgent www.designmuseumgent.be

Iedereen die zich kandidaat stelde, werd gevraagd een korte **vragenlijst** in te vullen over hun leeftijd, gezinssituatie, opleiding en financiële situatie. Deze gegevens waren nodig om bij de uiteindelijke selectie te zorgen voor een evenwichtige samenstelling.

MEER LEZEN?
ZO KWAM DE40 TOT STAND:



DE40 ALS EEN DOORSNEDE VAN GENT

aantal inwoners
1 januari 2024

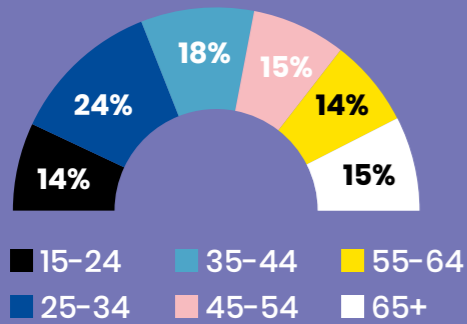
270.473

GENT

geslacht



leeftijdscategorie



migratieachtergrond



meest voorkomende herkomstnationaliteiten



laag-middengeschoold



komt (zeer) moeilijk rond met gezinsinkomen



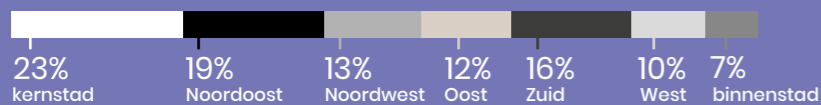
rolstoelgebruiker



alleenwonend/alleenstaande ouder



bevolkingsspreiding In Gent



DE40

aantal deelnemers
weekend 1 en 2

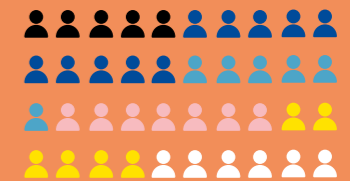
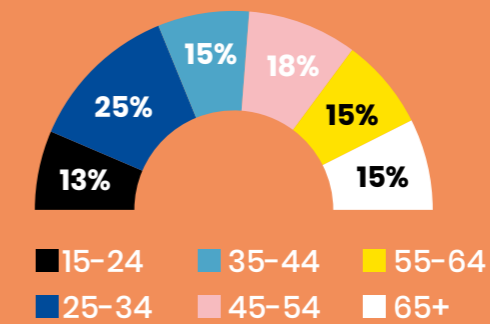
40



geslacht



leeftijdscategorie



migratieachtergrond



laag-middengeschoold



komt (zeer) moeilijk rond met gezinsinkomen



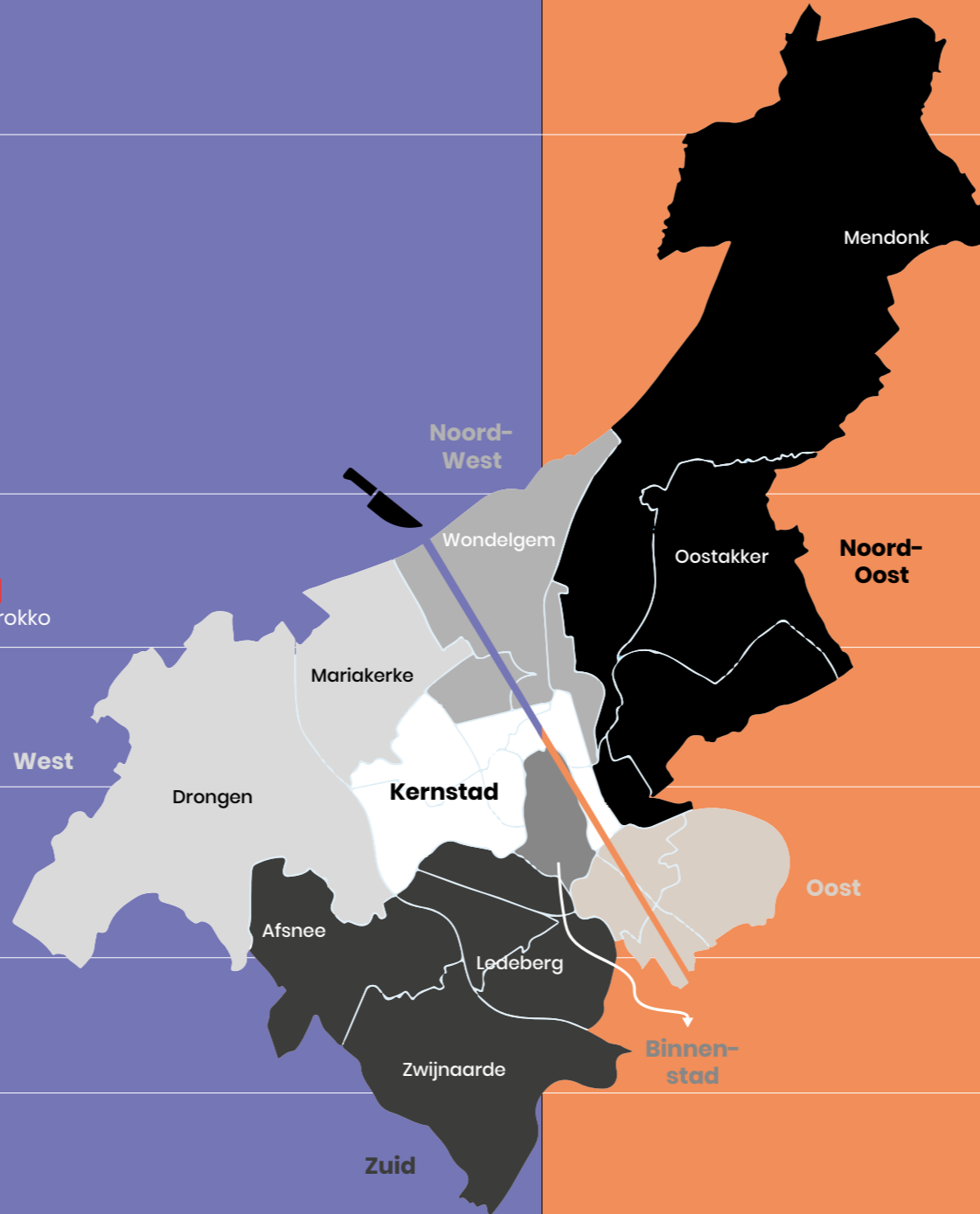
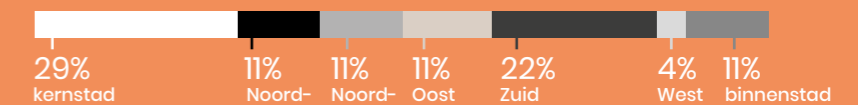
rolstoelgebruiker



alleenwonend/alleenstaande ouder



aanmeldingen per regio



DE VRAGEN VAN HET MUSEUM

DE40 kreeg de opdracht om het museum te adviseren over een hoofdvraag en vier deelvragen.

DE HOOFDVRAAG

Hoe kan Design Museum Gent design toegankelijk en relevant maken voor een breed publiek, ongeacht achtergrond of voorkennis?

DE DEELVRAGEN

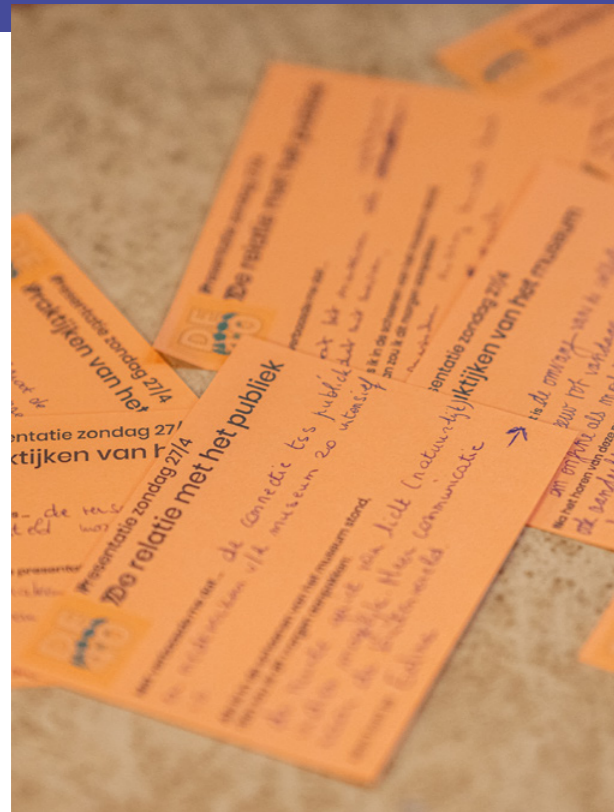
1. Hoe kan Design Museum Gent mensen nieuwsgierig maken naar wat er zich achter de gevel afspeelt?
2. Hoe kan Design Museum Gent ervoor zorgen dat een diverse groep Gentenaars zich uitgenodigd en welkom voelt?
3. Hoe kan Design Museum Gent een omgeving zijn van leren en doen?
4. Hoe kan Design Museum Gent Gentenaars actief betrekken bij haar keuzes en beleid?



Tijdens het eerste weekend van DE40 werd voor elk van deze thema's input verzameld in verschillende werksessies. We verzamelden meer dan 250 voorstellen die na het weekend geclusterd werden.

Onder de hoofdvraag en de vier deelvragen ontstonden 19 clusters. Elke cluster beschrijft een behoefte: "Wat is er nodig om verandering te brengen in ..."

Alle concrete ideeën en voorstellen kregen een plek onder een of meerdere behoeften als inspiratie voor het ontwikkelen van de voorstellen van DE40 aan het museum.



WAT IS ER NODIG?

Hieronder schetsen we heel kort de negentien behoeften waarrond werd gewerkt. We geven ze weer per vraag van het museum. Op de volgende pagina's zie je bij elke behoefte een aantal 'bolletjes', die overeenkomen met de cijfers hieronder. Dit is het resultaat van de dot-voting in weekend twee. Elke deelnemer had zeven ronde stickers (dots) die bij de voorstellen gekleefd konden worden. Via deze stemming maakte DE40 zelf een prioriteitenvolgorde.

NIEUWSGIERIGHEID

NAAR BUITEN TREDEN het museum treedt buiten de eigen muren en trekt de wijken in om alle Gentenaars te bereiken → 25

TRANSPARANTIE EN OPENHEID het museum toont aan de buitenkant wat er binnen gebeurt om uit te nodigen tot ontdekking → 19

HET ONVERWACHTE het museum prikkelt de nieuwsgierigheid met verrassende en speelse elementen → 2

WELKOM

KLARE TAAL VOOR ALLEMAAL het museum communiceert in beeldrijke en toegankelijke taal → 15

TOEGANKELIJKHEID & INCLUSIE het museum (h)erkent drempels en pakt ze aan → 12

GEDEELDE VERHALEN het museum werkt rond verhalen waarin diverse Gentenaars zich herkennen → 10

ONTMOETING het museum is een plek waar mensen zich gezien voelen en elkaar kunnen ontmoeten → 7

DOELGROEPGERICHTE WERKING het museum speelt in op de noden van specifieke doelgroepen via aangepaste activiteiten → 4

LEREN EN DOEN

VERSTILLING het museum biedt ook rust en ruimte om indrukken te verwerken → 17

MAKEN & EXPERIMENTEREN

het museum nodigt bezoekers uit om zelf te creëren en te ontdekken → 14

SPELEN EN ONTDEKKEN het museum maakt spel en plezier mogelijk → 8

ZINTUIGLIJKE BELEVING het museum spreekt alle zintuigen aan om de ervaring rijker en inclusiever te maken → 5

ACTIEF BETREKKEN

SAMENWERKING het museum werkt samen met Gentse organisaties, initiatieven en musea om een breed draagvlak te hebben → 18

TOT OP HET HOOGSTE NIVEAU MOGEN MEEPRATEN het museum geeft burgers een stem tot in de top van het beleid → 9

INSPRAAK VAN GENTENAARS het museum luistert actief en maakt ruimte voor feedback en participatie → 6

RELEVANTIE

DESIGN ALS MOTOR VOOR VERANDERING het museum toont hoe design bijdraagt aan maatschappelijke verandering → 24

BREDER DAN DESIGN het museum legt linken met andere (kunst)disciplines om meer mensen aan te spreken → 17

ACTUELE MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S het museum stelt actuele uitdagingen centraal in zijn werking → 14

REPRESENTATIVITEIT het museum zorgt ervoor dat iedereen zichzelf herkent in collectie, programma en beleid → 11

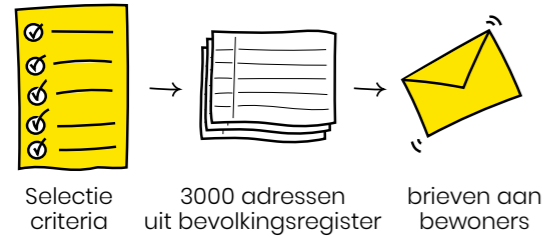
Hierna ziet u een grafische weergave van het proces hoe de adviezen tot stand kwamen.

Daarna laten we DE40 zelf aan het woord en presenteren we de voorstellen die DE40 formuleerde t.a.v. elk van deze behoeften.

VERLOOP › WERKVORMEN

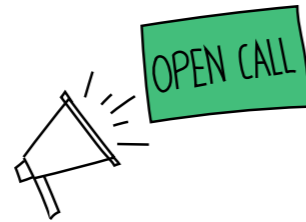
23 januari

Gestratificeerde steekproef



17 februari - 14 maart

Open call



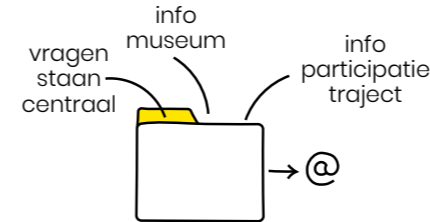
24 maart

Loting



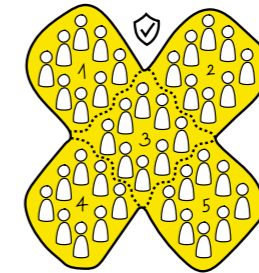
10 april

Information kit

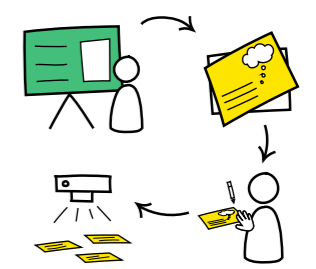


Weekend 1: 26 en 27 april

Family groups



Presentatie experts



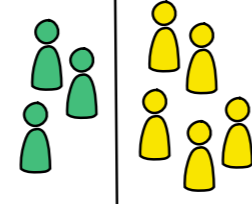
Levende expo



Story weaving



Stellingennoefening



Lego creaties



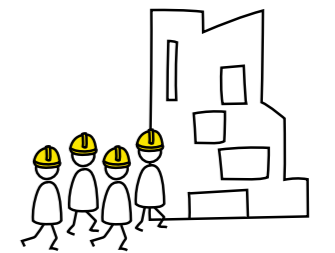
Stiltewandeling



Sociocratie

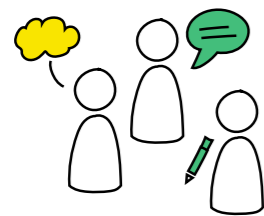


Werbbezoek museum



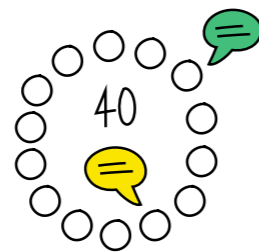
6 en 9 mei

Tussentijdse bijeenkomsten

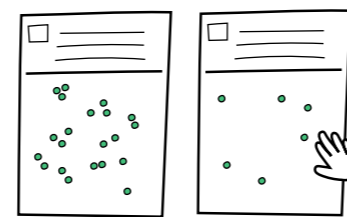


Weekend 2: 17 en 18 mei

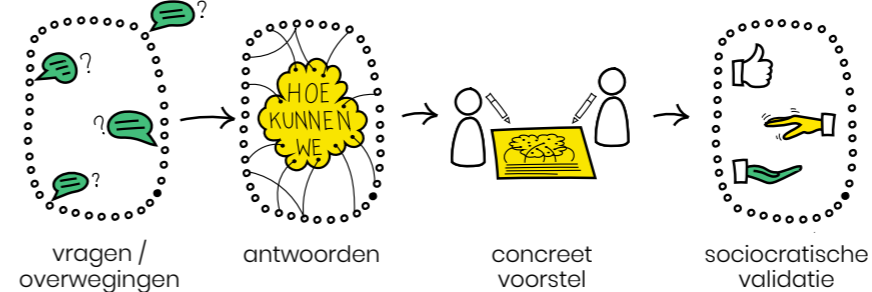
Check in / Check out



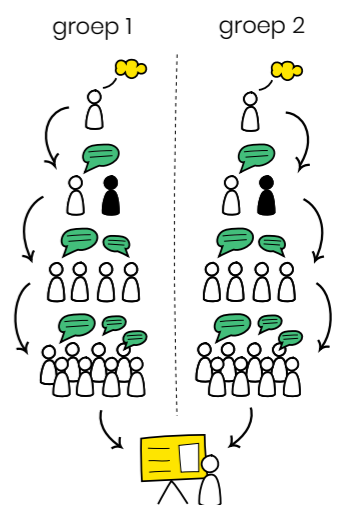
Dotvoting



Plenair voorstel



Verzamelen van inzichten



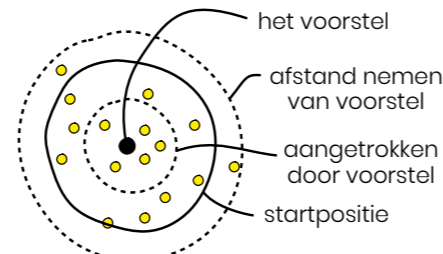
Voorstel in kleine groepjes



Bezwaren en bezorgdheden toevoegen



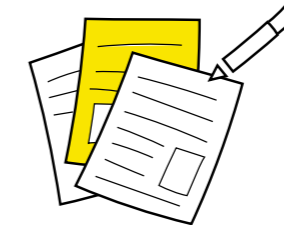
Circle statement



One word before leaving



Redactie werk



26 mei - 9 juni

25 juni

Overhandiging van het rapport



HOE DE ADVIEZEN TOT STAND KWAMEN

Bij het vormgeven van het proces voor DE40 lieten we ons inspireren door principes uit **Deep Democracy** en **Sociocratie 3.0**. We vertaalden dit in een aantal handelingsprincipes:

WE CREËERDEN EEN VEILIGE RUIMTE

Door kennismaking en check-ins in kleine groepjes van acht, het samen opstellen van 'safe space rules', en het voorzien van een aanspreekpunt, kinderopvang, aangepaste catering en vervoer.

WE GAVEN INFORMATIE OP VOORHAND

De deelnemers kregen een informatiebundel waarin ze in tekst en in video's konden kennismaken met het museum, de vragen voor het panel en de context.

DE SPREKERS MOCHTEN MAX. 15 MIN SPREKEN

Experts die we aan het woord lieten kregen maximaal 15 minuten spreektijd. Na elke spreker was er een korte pauze.

WE GAVEN TIJD VOOR INDIVIDUELE REFLECTIE

Na elke 'lezing' of 'informatie-overdracht' kregen de deelnemers kaartjes met vragen op. Zo werden ze uitgenodigd om individueel te reflecteren over wat ze hoorden. De antwoorden op de vragen werden nadien verzameld en gedeeld.

WE GEBRUIKTEN DIVERSE WERKVORMEN

Zowel talige (debat, groepsgesprek) als niet-talige (stiltewandeling, collages, bouwen met lego), in grote en kleine groepen, afgewisseld tussen zittende en actieve sessies.

NAVIGEREN VANUIT SPANNING

We plaatsen de 'behoeften' centraal in het traject. Wat ontbreekt er? Wat is er nodig? Eerst verdiepten we de spanning, stelden we 'HOE-vragen' om allerlei invalshoeken en mogelijkheden te verkennen en dan pas gingen we voorstellen uitwerken en keuzes maken.

WE VERMEDEN HET LEGE BLAD

Tussen de weekends verwerkten we de input met een kleinere groep, zodat de hele groep vervolgens gericht kon reageren op voorstellen.

WE VERSTERKTEN DE NEE-STEM

Van bij de start nodigden we de deelnemers uit om de meerstemmigheid te omarmen. Ook bij het formuleren van de adviezen zelf gaven we stem aan zij die (letterlijk) afstand namen van de gepresenteerde voorstellen. Ook die bezorgdheden maken integraal deel uit van het advies. De wijsheid van de groep zit in de meerstemmigheid, niet in de macht van het getal.

WE GINGEN VOOR CONSENT IPV CONSENSUS

De voorstellen werden gevalideerd op basis van de vraag "goed en veilig genoeg voor nu?". We werkten bezwaren weg en namen bezorgdheden mee, zonder ons te verliezen in semantische discussies over woorden.

MEER LEZEN?

ZO KWAMEN DE ADVIEZEN TOT STAND:



ZIE OVERZICHT OP PAGINA 12-13

LEESWIJZER

DE SCORE

Het aantal 'stemmen' dat deze behoefte kreeg bij de dot-voting. Elk lid van DE40 kreeg zeven stippen om te plakken bij de negentien behoeften.

DE BEHOEFTE

Een van de elementen waarvan DE40 zegt: "Voor een goed antwoord op de vraag is het nodig dat...".

DE VRAAG

Over welke vraag van het museum gaat het hier?

DE DUIDING

DE ADVIEZEN

DE40 nodigt het museum uit om in actie te komen.

DE BEZORGHDENEN

Bij de voorstellen die in de hele groep besproken werden, noteerden we ook bezorgdheden waarmee moet rekening gehouden worden bij het realiseren van de voorstellen. Bij de voorstellen die niet in de grote groep besproken werden zie je deze bezorgdheden niet staan.

NUMMER VAN DE VRAAG



Overal waar de paginatitel in een groen vlak staat, is DE40 zelf aan het woord.

Op de volgende pagina stellen we DE40 aan je voor!

DE40



Arsula



Diederik



Edwin



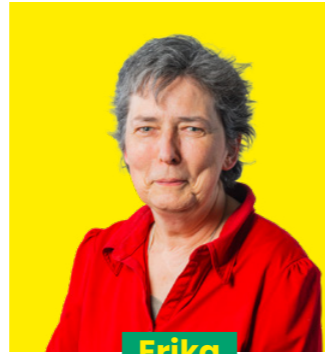
Elise



Els



Eren



Erika



Eve



Eveline



Fahad



Frank K.



Frank V.



Frederik



Hilde B.



Hilde R.



Ilja



Jef



Jülchen



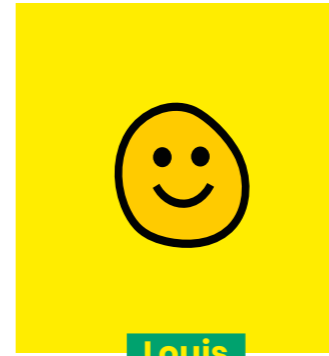
Kaat



Kaj



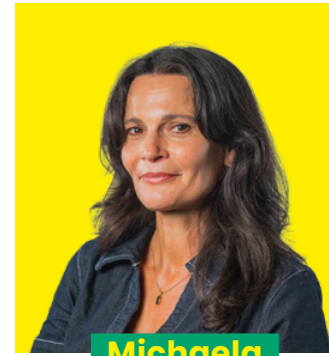
Linda



Louis



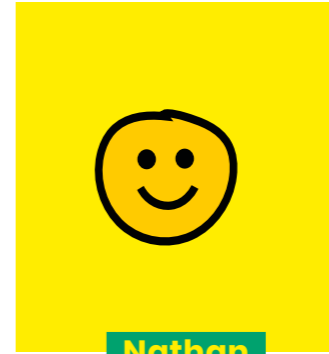
Michael



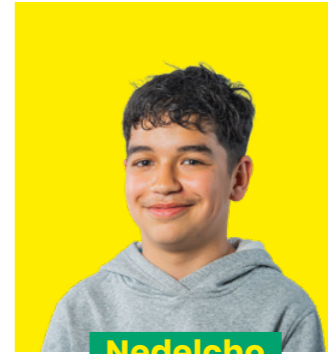
Michaela



Mila



Nathan



Nedelcho



Nele



Nina



Olesya



Oscar



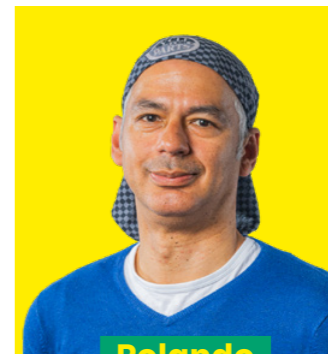
Pauline



Peter



Reana



Rolando



Steven



Veerle



Werner



Wouter



Zeynep



NAAR BUITEN TREDEN

1

Thema Hoe kan Design Museum Gent mensen nieuwsgierig maken naar wat er zich achter de gevel afspeelt?

Niet elke Gentenaar komt (regelmatig) in het toeristische centrum van Gent. Om ook deze mensen te bereiken, moet het museum actief naar buiten treden en zijn dromen en ambities delen met de stad. Door aanwezig te zijn op onverwachte plekken en via originele vormen van communicatie, kan het Design Museum zich in het stadsweefsel verankeren.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om op verschillende manieren naar buiten te treden:

- 1. Wees zichtbaar in de publieke ruimte:** breng het museum tot in de stad: via etalagekasten, kijkgaten of installaties in de vitrine van de nieuwe vleugel DING. Denk aan straatmeubilair dat nieuwsgierig maakt of kleine interventies in stationshallen. Creëer 'stukjes DMG' verspreid over Gent – in etalages, op festivals, of via street art die leidt naar een tentoonstelling. Ook bushaltes of drukbezochte pleinen kunnen tijdelijke museumpunten worden.
- 2. Zoek doelgroepen op in hun eigen context:** trek naar plekken waar mensen al zijn: scholen, kinderopvang, VDAB, wijkcentra, ... Sluit aan bij hun ritme en omgeving, en pas je taal, materiaal en ritme daaraan aan.
- 3. Omarm digitale kanalen en technologie:** verken digitale ingangen die ook buiten de muren beginnen: experimenteer met augmented reality in de stad, of digitale infopunten op onverwachte plekken. Zet in op sociale media die verhalen brengen, met minder tekst en meer beeld, humor en menselijkheid.
- 4. Exposeer buiten de eigen muren:** werk met een mobiele expo-installatie die door Gent reist. Zet samenwerkingen op met partners die ruimtes hebben: scholen, bedrijven, cultuurhuizen. Herdenk formats: van micro-expo's in buurtcentra tot tijdelijke ontwerpplabs in de publieke ruimte. Maak zichtbaar hoe design werkt, denkt en zich verhoudt tot het dagelijkse leven van Gentenaars. Organiseer een expo bij bedrijven en industriële producenten net zoals het SMAK destijds in huiskamers deed tijdens "Chambres d'Amis".
- 5. Val op met je communicatie: durf in te zetten op promotie in guerrilla-stijl:** posters op onverwachte plekken, reverse graffiti (markeringen aanbrengen met een hogedrukreiniger), subtiele markeringen in het straatbeeld die naar het museum leiden. Werk samen met influencers die een ander publiek aanspreken.
- 6. Blijf kritisch en nieuwsgierig:** monitor wat werkt. Laat bezoekers van activiteiten buiten de muren vertellen of ze het museum al kennen of er nadien naartoe willen. Laat designers meetsystemen bedenken, of plaats laagdrempelige feedback-terminals. Wees transparant over wat je daaruit leert, en stel de aanpak bij op basis van échte input.
- 7. Reik uit naar niet-gebruikers:** gebruik deze acties niet alleen om 'meer volk' te trekken, maar om ook andere mensen te ontmoeten. Werk met bewonersbrieven, mini-DE40-concepten, of ontmoetingen op markten en scholen. Richt je niet enkel op de gebruikelijke museumbezoeker, maar juist op wie zich nog niet aangesproken voelt.

Bij de bespreking van het voorstel, formuleerde DE40 ook een aantal bezorgdheden:

- Een aantal mensen suggereert dat het na de heropening ook goed is om veel aandacht te richten op wat zich IN het museum afspeelt.
- De goede zorg voor de collectie laat voor veel objecten niet toe dat ze fysiek buiten de muren van het museum getoond worden.
- Veel van de voorstellen vergen budget en mankracht – daarom zal het museum gericht moeten kiezen welke van de voorstellen ze wel en niet in daden omzet.
- Het is ook belangrijk om in te zetten op herhaalbezoek (mensen die terugkomen).
- Er is bezorgdheid over de ‘herkenbaarheid’ als museum bij activiteiten buiten de eigen muren. Probeer ook bij de initiatieven buitenshuis een duidelijke link naar het museum te houden.
- Er is bezorgdheid over de ‘uitstraling’ van het museum. Een museum voor allen zijn, vergt een communicatiestijl en taalgebruik die een heel breed publiek kan aanspreken. We nodigen het museum uit om met gebruikers en niet-gebruikers in dialoog te gaan over hoe het museum overkomt.



TRANSPARANTIE & OPENHEID

1

Thema Hoe kan Design Museum Gent al van buitenaf uitnodigen tot ontdekken?

Een "chique" gebouw en de woorden "museum" en "design" kunnen een hoge drempel zijn. Bovendien zie je aan de buitenkant niet altijd wat er zich binnenin afspeelt, dat nodigt niet uit. Daarom is er nood aan transparantie en openheid die laat zien wat je binnenin kan verwachten. Een open ruimte die mensen uitnodigt om binnen te kijken en van buitenaf al een stuk op ontdekking te gaan. Het museum heeft nood aan iets dat zegt: "Kom maar kijken".

Daarom nodigt DE40 het museum uit om haar gevels, ruimtes en communicatie zó te ontwerpen dat ze uitnodigen tot binnenkomen – en tegelijk ook iets prijsgeven van wat binnen leeft.

1. **Maak de gevel tot een uitnodiging:** geef aan de buitenkant van het gebouw letterlijk zicht op het museum: met transparante zones, lichtinval, installaties aan de ramen of in de inkomhal.
2. **Maak zichtbaar wat er leeft binnenin:** laat zien wat er gebeurt in de ateliers, zalen en gangen. Zet deuren letterlijk open, toon werk in wording of geef een glimp van de opbouw. Laat ook medewerkers en makers zien: hun werk, hun materiaal, hun verhalen. Maak duidelijk: hier gebeurt iets, en je bent welkom.
3. **Verwelkom ook wie toevallig passeert:** zorg voor plekken waar je even mag zijn zonder ticket: een open foyer, een toegankelijke museumshop, een zichtbare balie, een plek om te zitten. Gebruik geur, geluid of beweging om voorbijgangers te prikkelen.

Laat ook de straatkant iets vertellen over het karakter van het museum – niet als vitrine, maar als open uitnodiging.

4. **Communiceer open, helder en menselijk:** vermijd jargon en vaktaal. Vertel wat je doet, en waarom. Maak tentoonstellingen begrijpelijk, en benoem ook wat er nog in ontwikkeling is. Kies voor beeldtaal, verhalen, herkenbare stemmen. Laat bezoekers al van buitenaf iets aanvoelen van wat het museum wil zijn: nieuwsgierig, verwelkomend, zoekend.
5. **Gebruik tijdelijke ingrepen om uit te proberen:** test verschillende manieren van openheid: tijdelijke opstellingen aan de gevel, projecties, QR-codes naar werk achter de schermen, een 'video streaming' van activiteiten binnen. Laat het publiek mee verkennen wat werkt. Ga aan de slag met licht, kleur, materiaal of tekst om visuele nieuwsgierigheid op te wekken.

Bij de bespreking van het voorstel, formuleerde DE40 ook een aantal bezorgdheden:

- Er leeft bezorgdheid dat de architectuur van het gebouw op zichzelf al een drempel vormt – de buitenkant straalt weinig uitnodiging uit.
- Sommige deelnemers vrezen dat "transparantie" vooral symbolisch blijft als er binnenin geen echte openheid en toegankelijkheid aanwezig is.
- Er is twijfel of tijdelijke ingrepen (zoals displays of installaties) voldoende zijn om de afstand met niet-bezoekers te overbruggen.
- Er wordt ook opgemerkt dat openheid niet alleen visueel is: mensen moeten zich ook sociaal en cultureel welkom voelen.
- Er is bezorgdheid over het gebruik van Design Museum en DING (de naam voor de nieuwe vleugel van het museum): waarom is er ook het woord 'DING' voor het nieuwe museum? Gaat dat niet verwarrend werken?
- Tenslotte klinkt de bezorgdheid dat "transparantie" niet mag leiden tot vervlakking – er moet ook ruimte blijven voor complexiteit, gelaagdheid en verrassing.

HET ONVERWACHTE

1

Thema Hoe kan Design Museum Gent mensen nieuwsgierig maken naar wat er zich achter de gevel afspeelt?

Er zijn heel wat dingen in de publieke ruimte die onze aandacht vragen. Daardoor worden we soms zelfs overprikkeld. Iets onverwachts, geestigs, verrassends kan ervoor zorgen dat we getriggerd worden om te komen kijken. Er is nood aan impulsen die mensen uitnodigen om dichterbij te komen en op verkenning te gaan.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om te spelen met het onverwachte:

- 1. Speel met zichtlijnen en ongewone perspectieven:** gebruik prikkels die de aandacht trekken naar het plafond, de vloer, of andere minder evidente zones. Denk aan onverwachte geluiden, geuren, kleuren of lichtaccenten die buiten het klassieke gezichtsveld vallen.
- 2. Trigger nieuwsgierigheid door verstopte of deels zichtbare elementen:** een kijkdoos-principe in de gevel of ramen die iets verhullen maar net niet alles tonen, kan mensen doen stoppen en ontdekken.
- 3. Verken groene verwondering:** creëer bijvoorbeeld een kleine oase aan de ingang van het museum met groen, een kleine voliëre, of een zacht kabbelend watergeluid. Zo'n elementen nodigen uit tot vertraging én nieuwsgierigheid.
- 4. Werk met spanning en verleiding:** geef niet alles in één keer prijs. Bouw tentoonstellingen op als een ontdekkingsreis waarbij bezoekers worden uitgenodigd om zelf op zoek te gaan naar het vervolg.
- 5. Zet in op micro-interventies in de stad:** kleine speelse elementen in de publieke ruimte – een geluid dat alleen opvalt als je goed luistert, een verborgen boodschap, een bewegend onderdeel op onverwachte plekken – kunnen mensen nieuwsgierig maken en richting het museum trekken.
- 6. Laat mensen eerst zelf betekenis geven:** ontwerp installaties of ervaringen waarbij mensen zélf moeten ontdekken wat ze zien of horen, voordat ze uitleg krijgen. Door de interpretatie bij de bezoeker te laten, wordt de betrokkenheid groter.
- 7. Gebruik technologie en zintuigen:** sensoren die reageren op beweging of aanraking kunnen onverwachte interacties uitlokken. Denk aan geluiden die zich pas laten horen als iemand dichterbij komt, of digitale elementen die alleen in het donker zichtbaar worden.
- 8. Maak van verrassing een programmatieprincipe:** een onverwacht optreden, een installatie die er de ene dag wél en de andere niet is, of de aanwezigheid van een onzichtbare gastkunstenaar – allemaal manieren om mensen te blijven prikkelen en nieuwsgierig te houden.



2

Hoe kan Design Museum Gent ervoor zorgen dat een diverse groep Gentenaars zich uitgenodigd en welkom voelt?

KLARE TAAL VOOR ALLEMAAL

2

Thema Hoe kan Design Museum Gent ervoor zorgen dat een diverse groep Gentenaars zich uitgenodigd en welkom voelt?

In een stad als Gent, met meer dan 150 nationaliteiten en bezoekers van over de hele wereld, is het essentieel dat het museum inzet op duidelijke, toegankelijke en meertalige communicatie. Maar taal is meer dan woorden. Klare taal betekent ook: begrijpelijke zinnen, beeldtaal, fysieke toegankelijkheid en de vrijheid om te kiezen hoeveel informatie je wil krijgen. Wie de taal niet begrijpt, voelt zich zelden uitgenodigd.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om taal niet als drempel, maar als brug te gebruiken – en taalbeleid te zien als een essentieel deel van de publiekswerking.

- 1. Gebruik taal op verschillende niveaus:** zorg voor korte, heldere teksten in eenvoudige taal. Werk met samenvattende panelen per zaal (“long story short”), strips, easy readers en duidelijke visuele hiërarchie in grafisch ontwerp. Laat bezoekers kiezen: enkel de essentie of ook verdieping.
- 2. Voorzie informatie in meerdere talen én vormen:** bied museumteksten, brochures of audiogidsen aan in meerdere talen. Denk bv. aan QR-codes die de teksten automatisch laat zien in de taal die ingesteld staat op de telefoon waarmee je scant. Verwelkom bezoekers al meteen aan de ingang in meerdere talen.
- 3. Werk met alternatieve media en zintuiglijke vertaling:** zet in op beeldtaal, video, audio, iconen en eventueel geur of geluid bij objecten. Niet iedereen leert of begrijpt via geschreven taal. Gebruik bijvoorbeeld een sound-track bij een object uit een bepaalde cultuur, of vertel via illustratie of animatie.
- 4. Zorg voor digitale toegankelijkheid en hulpmiddelen:** voorzie gratis wifi en digitale tools zoals virtuele rondleidingen in verschillende talen. Werk met technologieën die de gebruikerservaring verbeteren: vergrotingsopties, voice-over, keuzemenu's. Verken hoe AI hierbij een rol kan spelen – maar hou het mensgericht.
- 5. Betrek ervaringsdeskundigen bij de ontwikkeling:** werk samen met NT2-cursisten (Nederlands Tweede Taal), scholen, belangengroepen voor mensen met autisme, slechtzienden of doven. Vraag hen actief om feedback bij het ontwikkelen van taal, beeld en navigatie. Zo vermijd je blinde vlekken en leer je vanuit echte ervaring.
- 6. Ontwikkel een heldere taalvisie als museum:** denk na over wat je precies bedoelt met ‘klare taal’ en ‘gemeenschappelijke taal’. Niet iedereen ervaart taal op dezelfde manier.

Formuleer als organisatie een duidelijke visie op taalgebruik, beeldtaal en meertaligheid en gebruik die consequent op alle kanalen.

Bij de bespreking van het voorstel, formuleer DE40 ook een aantal bezorgdheden:

- Er leeft bezorgdheid over het ontbreken van een helder referentiekader: heeft het museum een goed beeld van welke talen bezoekers het best begrijpen én welk taalniveau het best past bij de bezoekers? En wordt dat ook gemonitord?
- Er wordt benadrukt dat technologie kansen biedt, maar dat het menselijke contact niet verloren mag gaan.
- Er wordt benadrukt dat de leesbaarheid van museumteksten niet alleen intern beoordeeld mag worden – toetsing via externe experts of ervaringsdeskundigen is essentieel.
- Sommige deelnemers vragen zich af of er voldoende ruimte is voor het systematisch testen van communicatie met diverse publieksgroepen – zowel binnen als buiten het museum.

TOEGANKELIJKHEID & INCLUSIE

2

Thema Hoe kan Design Museum Gent ervoor zorgen dat een diverse groep Gentenaars zich uitgenodigd en welkom voelt?

Om iedereen welkom te kunnen heten is het nodig om je als museum bewust te zijn van de verschillende drempels die mensen ervaren en daarmee aan de slag te gaan. Het gaat over drempels om het museum binnen te komen (fysiek, financieel, sociaal, ...) en over drempels in de museumbeleving (zichtlijnen, teksten, geluid, ...).

Daarom nodigt DE40 het museum uit om barrières weg te werken en mensen echt welkom te heten:

- 1. Maak informatie toegankelijk op maat van de bezoeker:** ontwerp museumteksten en signalisatie die bezoekers zelf kunnen aanpassen: kiesbare lettergroottes, taalniveaus, leesbaarheid voor mensen met dyslexie, en aandacht voor eenvoudige, positieve beeldtaal. Gebruik technologie om bezoekers regie te geven over hun eigen ervaring. Werk samen met externe ontwerpers en gebruikers om dit te ontwikkelen en testen.
- 2. Zorg voor zichtbare zitbaarheid:** voorzie voldoende zitplaatsen in het museum – niet alleen voor comfort, maar ook om ervoor te zorgen dat iedereen de objecten kan zien. Denk aan kinderzitjes op hoogte, rolstoelen met verstelbare zithoogte of wandelkrukken met zitvlak. Maak ‘zichtbaar zitbaar’ tot een leidend principe in je ruimtegebruik, zodat iedereen van het aanbod kan genieten, ongeacht mobiliteit of leeftijd.
- 3. Garandeer volledige fysieke toegankelijkheid:** fysieke toegankelijkheid gaat verder dan ‘je geraakt er met een rolstoel’, het gaat over het hele museum ten volle kunnen beleven, ook vanuit een rolstoel of met een ander hulpmiddel. Dat betekent dat er goed moet nagedacht worden over zichtlijnen, in de hoogte verstelbare opstellingen en/of timeslots waarin bezoek aangepast is voor rolstoelgebruikers.
- 4. Werk met toegankelijke prijsvormen:** voorzie minstens één dag per week waarop bezoekers het museum kunnen bezoeken op basis van vrije bijdrage. Zo wordt een financiële drempel weggenomen, en wordt het museum opengezet voor mensen die anders misschien zouden afhaken. Zet dit kracht bij met communicatie die uitnodigend en waardig is.
- 5. Luister naar wie (nog) niet komt:** ga actief in gesprek met mensen die zich niet aangesproken voelen door het museum. Gebruik panels zoals DE40, maar ook partners in het werkveld, om niet alleen te veronderstellen wat drempels zijn – maar ze écht te begrijpen. Monitor online feedback, en rapporteer structureel over vooruitgang in toegankelijkheid.

GEDEELDE VERHALEN

2

Thema Hoe kan Design Museum Gent ervoor zorgen dat een diverse groep Gentenaars zich uitgenodigd en welkom voelt?

Als het museum een plek wil zijn waar iedereen zich welkom voelt, dan is het essentieel dat bezoekers zichzelf kunnen herkennen in de verhalen en objecten die er getoond worden. Dat vraagt om een blijvende dialoog met diverse Gentenaars, om voeling te houden met wat er leeft en waar verbinding kan ontstaan. Herkenning leidt tot betrokkenheid – en tot een museum dat zich echt in de stad verankert.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om actief in te zetten op gedeelde verhalen, op manieren die uitnodigen, verbinden en verrassen:

1. Zorg voor zichtbaarheid en aantrekkingskracht:

herbekijk je communicatiestrategie. Werk samen met creatieve adverteerders of lokale influencers om via korte video's, infographics of verrassende visuals nieuwe publieken aan te spreken. Gebruik taal en beelden die fancy, witty, hip en authentiek aanvoelen. Zet ook samenwerkingen op met andere culturele plekken en horeca om het museum op onverwachte plaatsen zichtbaar te maken.

2. Nodig bezoekers uit om hun verhaal te delen:

voorzie aan het einde van de vaste expo een kleine geluidsstudio waar bezoekers kunnen reageren op prikkelende vragen als "Wat is jouw erfstuk?" of "Wat is je favoriete huishoudtoestel?" Laat die stemmen weerklinken in de inkomhal of het museumcafé, als warme uitnodiging aan nieuwe bezoekers.

3. Creëer kleine rituelen van verbinding:

installeer kleine, participatieve ingrepen die mensen het gevoel geven erbij te horen. Laat hen bijvoorbeeld een stukje stof beschrijven en vastmaken aan een gemeenschappelijk kunstwerk – zoals Rieko Koga dat doet. Zo wordt het museum ook een plek waar mensen zich letterlijk en figuurlijk verbinden met anderen.

4. Breng mensen samen rond betekenisvolle thema's:

organiseer ontmoetingen of evenementen rond thema's die voor veel Gentenaars herkenbaar zijn: verlies, thuisgevoel, verzorging, opgroeien, taal, rituelen... Nodig uiteenlopende groepen uit om samen te komen, te delen en te creëren. Zo ontstaan nieuwe verhalen, én nieuwe bezoekers.



ONTMOETING

2

Thema Hoe kan Design Museum Gent ervoor zorgen dat een diverse groep Gentenaars zich uitgenodigd en welkom voelt?

Om je welkom te voelen is persoonlijk contact essentieel. Design Museum Gent kan een plek zijn waar ontmoeting vanzelf ontstaat, waar je anderen leert kennen zonder dat dat hoeft, en waar bezoekers zich thuis kunnen voelen. Niet als toeschouwer, maar als deelnemer aan een warme en gedeelde ervaring. Door een sfeer van gastvrijheid te creëren, kan het museum een omgeving worden waar verbondenheid groeit tussen mensen met verschillende achtergronden.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om ontmoeting als uitgangspunt te nemen in haar werking:

1. Ontwikkel een welkomst-ritueel:

laat een ontwerper nadenken over een klein, symbolisch startritueel dat elk museumbezoek inleidt – bijvoorbeeld via geluid, geur of een eenvoudige handeling. Zo worden bezoekers mentaal klaargemaakt en uitgenodigd om bewust binnen te stappen in de wereld van design.

2. Vier het samen-zijn:

gebruik de vrij toegankelijke ruimtes van het museum om feestelijke momenten te organiseren – telkens rond een ander object, ontwerper, land, thema of samenwerking. Denk aan DJ-sets, massages, theeceremonies, mini-optredens of proeverijen. Nodig mensen uit om mee te vieren, niet alleen om te kijken.

3. Zorg voor een warme ontvangst:

leid museummedewerkers op tot gastheren en -vrouwen die actief verwelkomen, intercultureel kunnen schakelen, en oprechte aandacht hebben voor bezoekers. Laat die menselijke factor net zo belangrijk zijn als de collectie.

4. Maak het museum tot een plek van herinneringen:

laat mensen verhalen of indrukken delen die ze hier hebben opgedaan. Bijvoorbeeld via een 'verhalenmuur', een stemcabine of digitale postkaart die verstuurd kan worden.

5. Organiseer spontane en informele ontmoetingen:

zet in op laagdrempelige ontmoeting, van samen lunchen tot open ateliermomenten, waar mensen zonder drempel kunnen aanschuiven of deelnemen.

6. Geef ruimte aan feest:

ontmoeting hoeft niet altijd 'inhoudelijk' te zijn. Creëer ruimte voor plezier, voor vieren, voor iets wat je samen beleeft en waar je met plezier op terugkijkt.



DOELGROEPGERICHTE

2

WERKING

Thema Hoe kan Design Museum Gent ervoor zorgen dat een diverse groep Gentenaars zich uitgenodigd en welkom voelt?

Verschillende mensen hebben verschillende noden en interesses. Door contact te maken met die doelgroepen, kan het museum te weten komen wat zij nodig hebben om zich deel van het museum te voelen. Je kan er als museum niet voor iedereen tegelijk zijn. Daarom is het ook nodig dat het museum ook specifieke momenten of activiteiten opzet waarin één bepaalde doelgroep wordt aangesproken.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om gericht in te zetten op doelgroepwerking vanuit verbinding en dialoog:

- 1. Creëer themadagen rond gedeelde interesses of leefwerelden:** ontwikkel duidelijk geprofileerde conceptdagen waarbij alles draait rond één thema. Werk bijvoorbeeld met formats als stilte-avonden (cf. de stiltewagon van NMBS), avonden met een romantisch of cultureel programma voor koppels of jongvolwassenen, of momenten waarop Gentse studenten laagdrempelig kunnen kennismaken met het museum.
 - 2. Werk met uitnodigende formats:** maak het mogelijk om in contact te komen met het museum zonder meteen een klassieke museumbezoeker te zijn. Denk aan vrije toegang tot de binnenkoer of evenementen op onverwachte locaties. Herhaal succesvolle acties zoals de samenwerking met *Komaf Koffie* en doe dit ook buiten de muren van het museum. *Komaf Koffie* biedt mensen die een vlucht- of migratieachtergrond hebben een opleiding tot professioneel barista. Die opleiding koppelen aan de koffie- en theeset uit de gebruikerscollectie van het museum is een gedroomde match.
 - 3. Vergroot de betrokkenheid via co-creatie en dialoog:** organiseer (online) bevragingen of polls over wat mensen verwachten van een designmuseum. Betrek ook het netwerk van studenten, makers, verenigingen en bijvoorbeeld oudere bewoners die moeilijk op eigen kracht naar het museum kunnen komen.
- Werk samen met vertegenwoordigers van doelgroepen om activiteiten of formats vorm te geven, zoals panels van rolstoelgebruikers, jongeren, of specifieke vakscholen.
- 4. Denk inclusief in tijd en ruimte:** voorzie momenten waarop mensen het museum anders kunnen ervaren — 's avonds, in stilte, met aangepaste begeleiding of via digitale ruimtes. Experimenteer met digitale participatie, zoals een interactieve kids-corner in de online collectie of tools waarmee bezoekers digitale modellen kunnen personaliseren.
 - 5. Zoek structurele partnerschappen:** werk samen met organisaties uit verschillende gemeenschappen (musea uit landen van herkomst van migranten, onderwijsinstellingen, buurtorganisaties) om drempels te verlagen en nieuwe bezoekers te bereiken.



3

Hoe kan Design Museum Gent een omgeving zijn van leren en doen?

VERSTILLING

3

Thema Hoe kan Design Museum Gent een omgeving zijn van leren en doen?

Een museumbezoek zorgt voor veel informatie, input en prikkels. Om deze te kunnen verwerken en eigen te maken, is het nodig om ook rustpunten in te bouwen waar je als bezoeker uitgenodigd wordt om te verstillen en te vertragen.

Verstilling is geen luxe, maar een voorwaarde om tot beleving, inzicht en reflectie te komen. Daarom nodigt DE40 het museum uit om actieve rust in te bouwen, op verschillende manieren.

- Maak ruimte voor verstillingsplekken:** zorg voor meerdere plekken waar bezoekers kunnen vertragen: een prikkelarme ruimte zonder beeld of geluid, een projectieruimte waar je mag liggen of zitten, een cocon met dempend meubilair, een donkere kamer met lichtregeling of zachte geluiden.
 - Maak tijd voor verstillingsmomenten:** communiceer duidelijk wanneer het museum zich toelegt op stilte. Denk aan een vast tijdslot met reservatie waarin geen rondleidingen plaatsvinden, en waarin bezoekers expliciet worden uitgenodigd om traag en aandachtig te kijken, te luisteren – of net niets te doen.
 - Gebruik je buitenruimte als rustruimte:** voorzie in de binnentuin ruimte waar mensen kunnen tekenen, zitten, ademen of even weg van de stad zijn. Met weinig prikkels (bv. géén muziek van de horeca), en veel zit- en ligplek.
 - Voorzie rustplekken verspreid over het museum:** integreer verstilling in de hele museale ervaring: via een studeerplek, een leestafel, een tekentafel of een sofa in een rustige hoek. Niet iedereen verstillt op dezelfde manier – laat bezoekers zelf kiezen hoe ze tot rust komen.
 - Maak gebruik van tools die prikkels dempen:** voorzie bijvoorbeeld geluidswerende koptelefoons, rustsignalen bij de inkom of pictogrammen op de plattegrond. Verstilling kan ook gefaciliteerd worden zonder aparte ruimtes.
 - Luister naar wat bezoekers nodig hebben:** vraag bezoekers hoe zij verstilling ervaren: wat helpt hen om te vertragen, wat stoort ze en wat missen ze nog? Gebruik die feedback om je aanbod aan te passen en breder toegankelijk te maken.
- Bij de bespreking van het voorstel, formuleerde DE40 ook een aantal bezorgdheden:**
- Er leeft twijfel of er wel voldoende fysieke ruimte beschikbaar zal zijn – hoewel de nieuwbouw daarin ook kansen biedt.
 - Sommigen vragen zich af of een verstillingsruimte wel past binnen de kerntaken van een museum.
 - Er is bezorgdheid dat de studeerplekken ook onrust kunnen brengen.
 - Ook het idee van reservatiesystemen roept gemengde gevoelens op – ze kunnen mensen afschrikken in plaats van uitnodigen.
 - Anderen vinden het museum al stil genoeg en vragen zich af of extra voorzieningen wel nodig zijn.
 - Tot slot klinkt de vraag of verstilling niet eerder een houding is die in het hele museum voelbaar moet zijn, dan een aparte ruimte of functie.

MAKEN EN EXPERIMENTEREN

3

Thema Hoe kan Design Museum Gent een omgeving zijn van leren en doen?

Om het publiek design echt te laten 'belevén' is het nodig dat ze meer kunnen doen dan alleen maar kijken naar wat tentoongesteld wordt. Het is goed om ook zélf als bezoeker dingen te kunnen maken en te experimenteren met materialen/technieken/etc...

Daarom nodigt DE40 het museum uit om ruimte te maken voor actieve deelname en experiment:

- Voorzie open ruimtes waar iedereen kan maken en proberen:** zet uitnodigend materiaal klaar: gerecycleerd, toegankelijk en geschikt voor alle leeftijden. Laat bezoekers vrij creëren zonder inschrijving of begeleiding, bijvoorbeeld in een open atelier, in het museum of in DING. Zorg voor eenvoudige instructies of inspiratiekaarten, maar geef ook de vrijheid om te spelen. Voorzie duidelijke afspraken over het gebruik van de ruimte en het materiaal.
- Verbind experiment aan tentoonstellingen:** organiseer korte activiteiten of experimentzones in de expo zelf – denk aan een testopstelling, een zintuiglijke verkenning, een tactiel werkstation. Of werk met langere trajecten die linken aan thema's van de expo's, zoals een lessenreeks rond pottenbakken of robotica, waarbij bezoekers zelf een ontwerp maken dat nadien tentoongesteld wordt.
- Werk met jonge en diverse ontwerpers:** organiseer een jaarlijkse 'Design Remix Studio' waarin jonge makers aan de slag gaan met vergeten stukken uit de collectie. Laat hen nieuwe toepassingen ontwikkelen, ontwerpen, herdenken of performances bouwen die het publiek prikkelen. Voorzie een eerlijke vergoeding en zichtbaarheid. Bedoeling is de bezoekers te laten kijken en stimuleren om zelf aan de slag te gaan, eventueel samen met de maker.
- Zet in op langer lopende workshops gelinkt aan de expo:** voorzie aparte ruimtes waar langere workshops plaatsvinden die verbonden zijn aan een tentoonstelling. Denk aan *Hello. Robot* met een reeks "leren programmeren", of een lessenreeks pottenbakken met achteraf een expo van de resultaten. Koppel 'maken' aan 'reflectie' en toon het proces.
- Toon niet alleen het resultaat, maar ook het proces:** maak zichtbaar hoe een ontwerp tot stand komt. Van eerste idee over falen tot eindproduct. Werk met video's van makers, behind-the-scenes installaties of modules waarin bezoekers designfouten mogen herdenken. Zo wordt ook het 'denken' over design tastbaar.
- Organiseer lessenreeksen, lezingen of designmodules:** bied educatieve trajecten aan over design: modules over bv.: plastic, design in de medische wereld of automobielsector, over historische stromingen of wereldwijd gekende toepassingen. Werk samen met partners uit onderwijs en praktijk.
- Stel een jaarlijkse designwedstrijd open voor niet-professionelen:** lanceer een publiekswedstrijd rond een maatschappelijk relevant thema. Laat het winnende ontwerp tentoongesteld worden in het museum. Zo bouw je bruggen tussen publiek en professionaliteit, en toon je dat design voor iedereen is.
- Zet in op duurzaamheid via repair- en upcyclingateliers:** organiseer repair momenten of workshops rond hergebruik. Laat bezoekers objecten meebrengen en advies krijgen. Werk samen met lokale experts of makers en toon hoe design ook duurzaam kan zijn.

Bij de bespreking van het voorstel, formuleerde DE40 ook een aantal bezorgdheden:

- Formats mogen geen gimmicks worden, maar moeten inhoudelijk stevig en betekenisvol blijven. Het is belangrijk om te blijven waken over kwaliteit en relevantie
- Er is bezorgdheid over de fair practice t.a.v ontwerpers en lesgevers. Het is belangrijk om te zorgen voor correcte vergoedingen en gratis werk te vermijden.
- Bij open ateliers of experimenteerplekken leeft de bezorgdheid over veiligheid, toezicht en gedeelde verantwoordelijkheid. Hoe kunnen heldere afspraken schade of chaos vermijden?
- Bewaak het verschil tussen kinderatelier en volwaardige creatieplek: vermijd dat creatieve ruimtes herleid worden tot knutselhoeken; ook volwassenen willen echt experimenteren.
- Er is ongerustheid op vlak van inclusie en diversiteit. Denk bewust na over materiaalkeuze, taalgebruik, toegankelijkheid en diversiteit in de programmatie zodat veel verschillende doelgroepen zich aangesproken kunnen voelen.
- Eenmalige workshops kunnen inspirerend zijn, maar opvolging en continuïteit zorgen voor meer duurzame impact.
- Een aantal mensen wijzen op het risico van onzichtbaarheid. Toon de resultaten, geef bezoekers een tastbare herinnering mee, of laat hen deel worden van een tentoonstelling. Zo wordt actief bezig zijn met design deel van de kern van het museumverhaal ipv iets aan de zijlijn.
- Er zijn zorgen over de wegwerpcultuur en het afval dat workshops kunnen genereren. Denk na over materiaalkeuze: werk zoveel mogelijk met gerecupereerde of restmaterialen, eventueel in samenwerking met Kringwinkel of lokale makers.
- De focus op niet professionele makers houdt risico's in. Beperk je niet tot niet-professionelen – ook startende professionele ontwerpers of studenten moeten hun plek vinden.
- Er is bezorgdheid over de draagkracht van de infrastructuur en de missie van het museum. Respecteer de grenzen van het museum: het museum is geen makersplek. De kernopdracht moet overeind blijven.



SPELEN EN ONTDEKKEN

3

Thema Hoe kan Design Museum Gent een omgeving zijn van leren en doen?

Het is nodig dat ook ander gedrag dan in stilte rondwandelen en kijken welkom is in het museum. Door ook in het museum ruimte te maken voor een bruisende omgeving waar spel en plezier welkom is, kan een breder publiek worden aangetrokken.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om ruimte te maken voor speelsheid:

1. **Creëer zones waar ander gedrag welkom is:** voorzie plekken waar mensen mogen bewegen, creëren en zich uitleven. Denk aan een open atelier met vrij beschikbaar materiaal (bv. een materialenbank of gerecycleerde inkt), een kindvriendelijke designruimte, of kleine tentoonstellings-modules waarin kinderen objecten ontdekken via spelvormen zoals puzzels of een mascottezoektocht.
 2. **Laat bezoekers zelf aan de slag gaan:** organiseer laagdrempelige workshops, open experimentatieruimtes of "maker labs" zoals het DINGlab, waar mensen eigen creaties kunnen maken met 3D-printers of lasercutters. Toon het resultaat in een mini-expo. Werk ook met spontane formats, zoals een vitrine waarin bezoekers meteen hun ontwerp kunnen achterlaten.
 3. **Speel met formats en disciplines:** breng spelen en ontdekken binnen in expo's via live performances, muziek, theater of VR-ervaringen. Denk aan een avondexpo met geluidservaringen of een dansvoorstelling die inspeelt op het thema van de expo. Gebruik speelse technologie zoals hologrammen, interactieve routes of digitale games waarin bezoekers het museum verkennen.
 4. **Open het museum voor jong talent en nieuwsgierigen:** voorzie ruimte waar jonge artiesten, studenten of technisch geschoolden iets kunnen tonen, van muziek tot ambacht.
 5. **Laat spelen, verbinden en verrassen:** organiseer evenementen die verschillende generaties samenbrengen, van kindvriendelijke doe-opdrachten tot designwedstrijden voor niet-professionele of beginnende makers. Verbind verschillende vormen van kennis, zoals wetenschap, techniek en kunst. Speelsheid is niet alleen voor kinderen – het is een manier om samen nieuwsgierig te zijn.
- Denk aan tijdelijke residenties of 'designer of the week'. Laat het museum mee evolueren met hun ideeën. Zet tijdens schoolvakanties ook in op kampen of intensieve maakweken.



ZINTUIGLIJKE BELEVING

3

Thema Hoe kan Design Museum Gent een omgeving zijn van leren en doen?

Om bezoekers een rijke ervaring te geven is het nodig dat er naast de ogen ook andere zintuigen worden aangesproken. Bovendien houd je zo ook rekening met mensen die visuele of auditieve ondersteuning nodig hebben. Door verschillende zintuigen te prikkelen, raken mensen meer betrokken bij het verhaal, de plek en de anderen om zich heen. Ze kunnen een totaalbeleving ervaren. Wat kunnen we in het museum horen, voelen, ruiken, proeven, ... ?

Daarom nodigt DE40 het museum uit om in te zetten op zintuiglijke beleving:

- 1. Werk met tastbare ervaringen:** voorzie materialen of objecten die aangeraakt mogen worden, ook voor volwassenen. Laat bezoekers voelen hoe een materiaal aanvoelt, of laat hen zelf dingen creëren met gerecycleerde grondstoffen. Voorzie duidelijke richtlijnen zodat dit ook haalbaar en duurzaam blijft.
- 2. Speel met geur, kleur en geluid:** denk na over geur-installaties, geurende objecten, natuurlijke geluiden of thematische soundscapes die verbonden zijn aan een expo. Gebruik kleurverlichting of projecties om sfeer en beleving te sturen.
- 3. Zorg voor inclusieve beleving:** werk met sensoren die klanken of beweging genereren, of laat bezoekers via aanraking interactieve elementen ontdekken. Experimenteer met audiogidsen, gebarentaal, eenvoudige taal of voelobjecten, zodat verschillende doelgroepen zich aangesproken voelen.
- 4. Gebruik technologie creatief:** zet VR in om ruimtes of objecten tot leven te brengen die niet langer bestaan, of die te fragiel zijn om fysiek te tonen. Sensoren kunnen museumobjecten tot leven brengen via geluid of lichteffecten.
- 5. Zet het lichaam mee in:** ontwikkel werkvormen waarin mensen via hun lichaam kunnen ervaren wat een ontwerp met hen doet. Alleen door te gaan zitten of liggen, kan een heel nieuw perspectief ontstaan. Denk aan methodes zoals Social Presencing Theater (een vernieuwende, ervaringsgerichte methode die je leert om lichaamsbewustzijn in te zetten als leiderschapsinstrument) of participatieve installaties waar beweging, houding en lichaamstaal centraal staan.
- 6. Creëer momenten van rust én verrassing:** voorzie ruimtes en momenten waar de bezoeker tot rust kan komen of stil mag worden. Tegelijk kan een zintuiglijke trigger – zoals een plots oplichtend object of een geurende nis – nieuwsgierigheid prikkelen en aanzetten tot spelend ontdekken.



4

Hoe kan Design Museum Gent Gentenaars actief betrekken bij haar keuzes en beleid?

SAMENWERKING

4

Thema Hoe kan Design Museum Gent Gentenaars actief betrekken bij haar keuzes en beleid?

Een museum maak je niet alleen. Als Design Museum Gent relevant wil zijn in de stad, moet het niet enkel over mensen spreken, maar met hen bouwen. Samenwerking betekent luisteren, openstaan, verbinden en elkaar versterken. Niet als een vrijblijvende extra, maar als een structurele manier van werken. Alleen door anderen actief te betrekken, kan het museum uitgroeien tot een plek waar meer mensen zich thuis, gehoord en vertegenwoordigd voelen. Om een breed draagvlak te hebben is het nodig dat het museum samenwerkt met verschillende organisaties, initiatieven, opleidingen en zeker ook de andere musea in Gent.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om samenwerkingen aan te gaan die diep en duurzaam zijn en die vertrekken vanuit vertrouwen en gelijkwaardigheid.

- 1. Werk samen vanuit de kracht van design:** Design Museum Gent beschikt over unieke expertise: het vermogen om via design anders naar maatschappelijke uitdagingen te kijken. Zet die kracht actief in, binnen samenwerkingen — met universiteiten, scholen, zorginstellingen, armoede-organisaties of bedrijven. Toon hoe design inzichten biedt in systemen, gebruikerservaringen en keuzes. Bijvoorbeeld: hoe kan design helpen om de ervaring van een ziekenhuispatiënt te verbeteren? Wat kan de geschiedenis van design betekenen voor een sociale organisatie vandaag? Werk samen met partners die deze vragen mee willen verkennen — en geef zo niet alleen zichtbaarheid aan het museum, maar ook betekenis aan design in de samenleving.
- 2. Werk thematisch en verbindend:** in plaats van mensen op te splitsen in doelgroepen, kan het museum vertrekken vanuit thema's en gedeelde interesses. Zo ontstaat verbinding tussen mensen met verschillende achtergronden die wél dezelfde nieuwsgierigheid delen. Een goed gekozen thema kan jongeren uit Gent, ontwerpers uit andere continenten en toevallige voorbijgangers samenbrengen in één gesprek. Op die manier doorbreek je het klassieke beeld dat musea alleen voor een 'geprivilegieerd' publiek zijn, en maak je ruimte voor nieuwe uitwisseling en ontmoeting. Niet de doelgroep staat dan centraal, maar het onderwerp dat mensen raakt. Dat kan bijvoorbeeld ook een thema als koffie & thee zijn. Dat reikt uit naar veel potentiële partners én een breed publiek.
- 3. Werk samen op lange termijn:** investeer in relaties die verder gaan dan één project of actie. Bouw bruggen met organisaties, scholen, bedrijven, wijkwerkingen en andere musea. Durf tijd te nemen om elkaar te leren kennen en samen op zoek te gaan naar gemeenschappelijke drijfveren. Laat partners meedenken, meewerken én meebeslissen over vorm en inhoud. Gebruik in samenwerkingen de expertise van bv. armoede-verenigingen, kleuterscholen, volwassenenonderwijs of beroepsverenigingen om bepaalde thema's te vertalen naar deze doelgroepen.
- 4. Zet zelf de eerste stap:** wacht niet tot de juiste vragen of partners zich aandienen — ga er zelf actief naar op zoek. Verken waar design een verschil kan maken: in ziekenhuizen, wijk-organisaties, bedrijven of scholen. Breng het museum als kenniscentrum in de wereld, en leg zelf de link tussen maatschappelijke noden en de inzichten die design te bieden heeft.

Niet alleen om bestaande programma's aan te bieden, maar om samen met andere sectoren nieuwe vragen, invalshoeken en oplossingen te ontwikkelen. Zo positioneer je het museum niet alleen als expert, maar ook als bondgenoot in maatschappelijke verandering.

- 5. Stel je open voor gedeeld eigenaarschap:** laat los dat het museum altijd aan het stuur moet zitten. Geef ruimte aan anderen om programma's of initiatieven vorm te geven. Deel verantwoordelijkheid, ook over budgetten of beslissingen. Laat zien dat het museum echt van en met de stad wil zijn.

Bij de bespreking van het voorstel, formuleerde DE40 ook een aantal bezorgdheden:

- Er is waardering voor het voorstel om niet louter in doelgroepen te denken, maar tegelijk ook bezorgdheid: sommige groepen ervaren wel degelijk specifieke drempels die je niet mag negeren.
- Er wordt opgemerkt dat thematisch werken krachtig is, maar dat vertaling naar begrijpelijke en herkenbare vormen cruciaal blijft — zeker voor wie minder ervaring heeft met musea of design.
- Er is enthousiasme over het betrekken van kleine zelfstandigen zoals uitbaters van koffiebars, maar ook bezorgdheid over de mogelijke spanning tussen de maatschappelijke drijfveren van het museum en de economische drijfveren van ondernemingen.
- Tot slot leeft de vraag of het museum de samenwerkingen en keuze van partners ook expliciet toetst aan gedeelde morele of ethische waarden.



TOT OP HET HOOGSTE NIVEAU

4

MOGEN MEEPRATEN

Thema Hoe kan Design Museum Gent Gentenaars actief betrekken bij haar keuzes en beleid?

Om de inspanningen en de adviezen van DE40 voldoende impact te geven, is het nodig dat deze niet alleen mogen gepresenteerd worden aan het museumteam, maar dat een delegatie van DE40 deze zélf mogen toelichten aan de raad van bestuur, het college en de gemeenteraad.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om Gentenaars ook op beleidsniveau een stem te geven:

- 1. Laat DE40 zelf hun adviezen toelichten aan het beleid:** voorzie dat een delegatie van DE40 rechtstreeks hun voorstellen kan presenteren aan het directieteam, de raad van bestuur, het college van burgemeester en schepenen, en de gemeenteraad. Zo worden de adviezen niet gefilterd of hervertaald, maar authentiek gedeeld.
- 2. Maak participatie zichtbaar en transparant:** communiceer actief hoe de input van DE40 wordt meegenomen. Publiceer bijvoorbeeld welke adviezen opgevolgd worden, welke (nog) niet, en waarom. Betrek Gentenaars ook bij de evaluatie van beleidskeuzes of toekomstplannen.
- 3. Bouw bruggen tussen museum en stad:** zie DE40 niet als uitzondering, maar als opstap naar bredere structurele participatie binnen de culturele werking van de stad. Experimenteer met een participatief model dat ook andere musea of cultuurinstellingen kunnen overnemen.



INSPRAAK VAN GENTENAARS

4

Thema Hoe kan Design Museum Gent Gentenaars actief betrekken bij haar keuzes en beleid?

Een museum van en voor iedereen betekent dat er niet alleen over mensen gesproken wordt, maar mét hen. Als het museum initiatieven wil ontwikkelen voor bepaalde groepen, is het belangrijk om in gesprek te gaan met deze mensen. Inspraak wordt vanzelfsprekend wanneer het museum actief luistert naar wat leeft in de stad – voor, tijdens én na het bezoek – en structureel samenwerkt met een diverse groep Gentenaars.

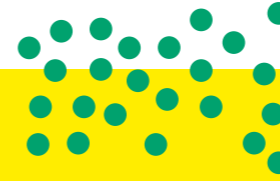
Daarom nodigt DE40 het museum uit om op verschillende manieren participatie mogelijk te maken:

- 1. Laat bezoekers meepraten via eenvoudige tools:** zorg voor laagdrempelige manieren om feedback te geven, ideeën aan te reiken of te stemmen op voorstellen – via displays, apps of een publieke ideeënbus.
- 2. Bevraag actief wat leeft in de stad:** gebruik publieke ruimte, sociale media of samenwerkingen met lokale organisaties om verwachtingen, drempels en suggesties van Gentenaars in kaart te brengen.
- 3. Werk participatief bij tentoonstellingen:** laat bezoekers of buurtbewoners mee vormgeven aan expo's, collecties of publieksactiviteiten. Organiseer co-creatie rond formats, thema's of objectkeuze.
- 4. Toon wie aanspreekbaar is in het museum:** zorg dat museum personeel herkenbaar is en actief het gesprek opzoekt. Moedig spontane interactie aan en leg uit waarom bezoekers hun stem kunnen laten horen.
- 5. Maak ruimte voor verhalen van buitenaf:** nodig burgers uit om objecten, herinneringen of beelden aan te leveren die aansluiten bij een tentoonstellingsverhaal. Werk met open oproepen of buurtexpo's.
- 6. Verzamel en deel inzichten transparant:** laat bezoekers zien wat er gebeurt met hun input. Deel terugkoppelingen of beslissingen zichtbaar in de ruimte of online.
- 7. Betrek diverse Gentse stemmen structureel:** zorg voor vaste overlegmomenten met wijkorganisaties, jeugdwerk, ouderenverenigingen, etnisch-culturele organisaties en/of het bestendigen van een burgerpanel als DE40. Stimuleer dialoog en samenwerking op langere termijn.



5

Hoe kan Design Museum Gent design toegankelijk en relevant maken voor een breed publiek, ongeacht achtergrond of voorkennis?



DESIGN ALS MOTOR VOOR VERANDERING

5

Thema Hoe kan Design Museum Gent design toegankelijk en relevant maken voor een breed publiek, ongeacht achtergrond of voorkennis?

Design wordt te vaak benaderd als object-georiënteerd en esthetisch; er is nood aan een meer procesmatige en participatieve benadering waarbij bezoekers leren door te doen en zelf kunnen bijdragen aan maatschappelijke verandering. Door verhalen te delen en activiteiten te bieden die de impact van design laten zien, kan het museum een verschil maken en mensen bewust maken van de mogelijkheden die design biedt.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om het volledige ontwerpproces zichtbaar te maken, van idee tot product – én verder.

- 1. Toon het hele traject, niet enkel het eindproduct:** maak zichtbaar hoe een ontwerp ontstaat: van eerste idee tot schetsen, materiaalkeuzes, prototypes en eindresultaat. Laat bezoekers het verschil zien tussen snelle consumptie en doordacht ontwerp. Gebruik fysieke en digitale storytelling om processen tastbaar te maken. Bereid dit ook uit naar immateriële producten: van videogame tot dienst of campagne.
- 2. Vertaal onderzoek en kennis naar inspirerende beleving:** werk samen met hogescholen, universiteiten en onderzoeksinstituten. Toon academische bevindingen via installaties of tentoonstellingen. Bijvoorbeeld: presenteer een onderzoek naar bio-afbreekbare materialen aan de hand van tastbare toepassingen, objecten of experimenten. Maak van het museum een brug tussen kennis en samenleving.
- 3. Betrek ontwerpers en makers actief bij je werking:** laat professionals uit het veld workshops begeleiden, onderzoek toelichten of in dialoog gaan met bezoekers. Organiseer expo's in ateliers, studio's of productie-omgevingen. Geef ruimte aan werk in ontwikkeling – laat ook het zoeken, twijfelen en falen zien. Maak het museum tot een plaats waar ontwerpers zich herkennen en gehoord voelen.
- 4. Maak duidelijk dat design breder is dan objecten:** design is ook systeemdenken, ethische keuzes, dagelijkse gewoontes, vormen van zorg of structuren van macht. Wees expliciet over die breedte en gebruik concrete voorbeelden die het publiek raken. Laat zien hoe design keuzes beïnvloedt, gedrag stuurt en verandering mogelijk maakt.
- 5. Stimuleer innovatie in de stad:** organiseer wedstrijden of challenges die ontwerpers uitdagen om maatschappelijke thema's aan te pakken: van circulaire economie tot toegankelijke communicatie. Ga in zee met bedrijven die inzetten op duurzame innovatie en maak hun praktijken zichtbaar. Creëer een ruimte waar toekomstdenken centraal staat.

Bij de bespreking van het voorstel, formuleerde DE40 ook een aantal bezorgdheden:

- Er leeft bezorgdheid over het ontbreken van een helder waardenkader van waaruit het museum handelt – het is belangrijk dat het museum genoeg tijd steekt in het ontwikkelen en verankeren van het waardenkader van waaruit het hele museum (alle betrokkenen) handelt in naam van het museum.
- Sommigen vrezen dat er te veel focus komt op het positieve, terwijl ook pijnlijke of confronterende realiteiten getoond mogen worden.
- De formulering van titels of boodschappen kan als te sturend of polariserend worden ervaren, wat sommige doelgroepen zou kunnen afschrikken. Daarom is het belangrijk om ze met zorg te formuleren.
- Door uitnodigende en prikkelende vragen centraal te plaatsen (ipv antwoorden aan te reiken) worden alle bezoekers gestimuleerd om te reflecteren en ook de eigen overtuiging in vraag te stellen. Door vragen te stellen kan het gesprek gefaciliteerd worden.



BREDER DAN DESIGN

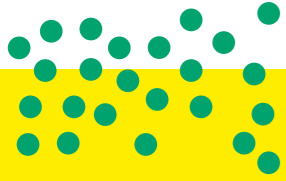
5

Thema Hoe kan Design Museum Gent een omgeving zijn van leren en doen?

Om alle Gentenaars aan te spreken is het nodig om ook linken te leggen met andere (kunst) disciplines en inhouden dan design. Op die manier kan het museum een relevante plek zijn – ook voor de mensen die niks hebben met design.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om resoluut breder te kijken dan design als discipline – en zo bruggen te slaan naar mensen, praktijken en verhalen die nu te vaak buiten beeld vallen.

1. **Toon design in het alledaagse leven:** laat zien hoe ontwerp(en) aanwezig is in dagelijkse gewoontes, objecten en ruimtes. Ontwikkel tentoonstellingen rond thema's zoals wonen, voedsel, werk of mobiliteit. Betrek technische en kunstscholen om via opdrachten mee te bouwen aan onderdelen van de expo: zoals timmerlui die een rustplek ontwerpen, of studenten die materiaalkeuzes onderzoeken. Laat het museum een plek worden waar ook handen denken.
 2. **Verken design in sectoren zoals zorg, muziek en educatie:** design werkt ook door in welzijn, gezondheid, cultuur en leren. Organiseer op vaste momenten een concert op de binnenkoer, gekoppeld aan een tentoonstelling. Werk met partners uit de zorg- en cultuursector, en toon samen hoe ontwerp keuzes beïnvloedt en ervaringen vormgeeft. Experimenteer met interdisciplinaire samenwerkingen, zonder te vervallen in kakofonie of gadgetdenken.
 3. **Betrek burgers als medemakers en curatoren:** open een ruimte voor 3D-objecten die door Gentenaars zelf zijn gemaakt. Ga op zoek naar verhalen, vormen en functies die ontstaan buiten de ontwerpstudio. Organiseer via scholen een wedstrijd waarbij jongeren de kans krijgen om tijdelijk curator te zijn. Zorg dat zij niet alleen staan, maar samen met het museum hun stem in het aanbod kunnen leggen. Leren gaat in twee richtingen: van het museum naar de stad én omgekeerd.
 4. **Kijk over de muren van het designveld heen:** bestudeer hoe andere musea – ook buiten de designwereld – omgaan met betrokkenheid van het publiek, multidisciplinariteit en maatschappelijke relevantie. Laat je inspireren door hun methodes, formats en toonzetting, en pas die op eigen wijze toe.
- Bij de bespreking van het voorstel, formuleerde DE40 ook een aantal bezorgdheden:**
- Er is enthousiasme over de pijlers (design in het alledaagse, design in andere sectoren en design door burgers), maar de uitwerking blijft voor sommigen nog vaag.
 - Anderen waarschuwen dat het verbreden van design ook de grenzen van het begrip oprekt – wanneer is iets nog design?
 - Er wordt benadrukt dat participatie met burgers of jongeren geen vrijblijvend verhaal mag zijn, maar tijd, begeleiding en opvolging vraagt.
 - Tot slot klinkt de vraag hoe het museum keuzes zal maken: hoe bepaal je wat je toont, wie je betreft en hoe dat past binnen de identiteit van DMG?



ACTUELE MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S

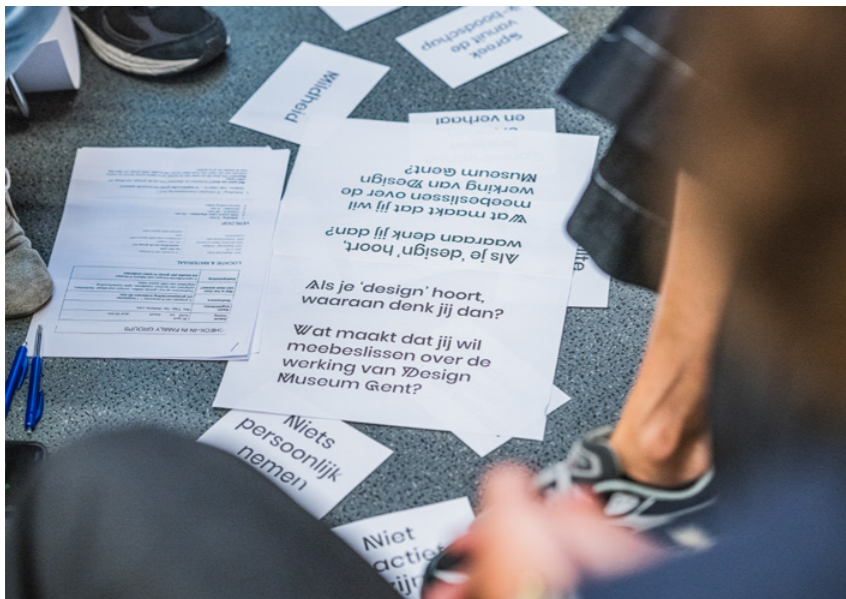
5

Thema Hoe kan Design Museum Gent design toegankelijk en relevant maken voor een breed publiek, ongeacht achtergrond of voorkennis?

Er is een duidelijke nood aan het versterken van de maatschappelijke relevantie van het museum, door actuele thema's (zoals ecologie, armoede, migratie, gezondheid, etc.) niet enkel tentoon te stellen maar er ook actief mee aan de slag te gaan. Het museum laat niet alleen design zien als kunst, maar ook als een manier om maatschappelijke problemen aan te pakken, zoals duurzaamheid, armoede, polarisatie, enz. Het museum is een plek die mensen inspireert en betrokkenheid van verschillende groepen aanmoedigt. Het toont hoe design kan helpen de wereld beter te begrijpen en te verbeteren.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om design zichtbaar te maken als maatschappelijke kracht:

- Breng actuele thema's tastbaar en hoopvol in beeld:** focus op thema's die mensen raken: klimaat, zorg, ongelijkheid, migratie. Laat zien hoe design hierin een rol speelt – van circulaire productie tot ontwerpen voor meer sociale verbondenheid. Werk rond menselijke creativiteit, herstel en zorg om bezoekers niet enkel te informeren, maar ook te inspireren.
- Laat verhalen spreken, niet standpunten:** benader maatschappelijke kwesties niet via slogans of polarisering, maar via verhalen en objecten die aanzetten tot nadenken. Gebruik design als ingang om complexe realiteiten invoelbaar en begrijpelijk te maken, met ruimte voor meerdere perspectieven.
- Vertrek vanuit de kracht van diversiteit:** verken hoe niet-westerse tradities en ontwerpen inspireren tot anders kijken en denken. Laat bezoekers ontdekken hoe migratie, koloniale geschiedenis of zorgstructuren het ontwerpverhaal van vandaag mee vormgeven – zonder te vervallen in eenduidige visies.
- Stimuleer samenwerking rond maatschappelijke thema's:** werk samen met scholen, armoede-organisaties, bedrijven, wijkpartners of andere musea rond gedeelde thema's. Ontwikkel tentoonstellingen, workshops of participatieve formats die verankerd zijn in concrete vragen of noden uit de samenleving.
- Blijf dicht bij de kern van design:** zorg dat maatschappelijke thema's steeds verbonden blijven met het designverhaal van het museum: ontwerp als manier om problemen op te lossen, ethische vragen te stellen of de toekomst te verbeelden.



Bij de bespreking van het voorstel, formuleerde DE40 ook een aantal bezorgdheden:

- Er leeft bezorgdheid dat het museum te zwaar of te somber zou kunnen overkomen wanneer het actuele problemen toont zonder ook hoop of lichtheid te bieden.
- Sommigen vrezen dat het museum zijn neutraliteit verliest wanneer het te uitgesproken maatschappelijke standpunten inneemt.
- Een aantal deelnemers vraagt zich af hoe het museum de maatschappelijke thema's kiest en of dat proces voldoende transparant is.
- Er klinkt bezorgdheid over het risico dat maatschappelijke thema's los komen te staan van het eigenlijke design verhaal. Sommige stemmen wijzen op het risico van overdaad aan maatschappelijke boodschappen, waardoor bezoekers kunnen afhaken.
- Sommigen vrezen dat het museum moeilijkheden zal ervaren om gevoelige thema's op een toegankelijke manier te brengen zonder te vervlakken.
- Er is aandacht voor het feit dat maatschappelijke betrokkenheid ook kwetsbaar maakt en dat het museum tijd moet nemen om zich hierin te positioneren.
- Er wordt opgemerkt dat het belangrijk blijft om ook verhalen te brengen die verbinden, eerder dan polariseren.





REPRESENTATIVITEIT

5

Thema Hoe kan Design Museum Gent design toegankelijk en relevant maken voor een breed publiek, ongeacht achtergrond of voorkennis?

Om relevant te zijn is het belangrijk dat het museum in haar collectie en werking ervoor zorgt dat iedereen er zich in kan herkennen. In Gent heeft zowat een derde van de bewoners een migratie-achtergrond en wonen er meer dan 150 nationaliteiten. Bovendien telt Gent bijna 90.000 studenten van wie de helft hier ook woont. Al deze inwoners moeten zich kunnen herkennen in de werking van het museum.

Daarom nodigt DE40 het museum uit om in alle onderdelen van haar werking structureel in te zetten op representativiteit:

- 1. Zorg voor een inclusief aankoopbeleid:** evalueer bij elke aankoop wie er zichtbaar wordt gemaakt en of dit bijdraagt aan wie onderbelicht is in de bestaande collectie. Richt een diverse adviescommissie op, communiceer transparant over motieven en leg uit hoe deze bijdragen aan een inclusievere collectie.
- 2. Vertrek vanuit onderbelichte perspectieven:** organiseer jaarlijks minstens één tentoonstelling die niet vertrekt vanuit de dominante designcanon, maar ruimte geeft aan stemmen die vaak ontbreken – zoals queer makers, diaspora-ontwerpers of sociaal geëngageerde praktijken. Doe dat niet als aparte 'specials', maar als integraal onderdeel van het reguliere programma.
- 3. Werk structureel samen met diverse partners:** ga langdurige samenwerkingen aan met opleidingsinstellingen (zoals KASK, LUCA), grassroots initiatieven, internationale netwerken van vrouwelijke designers of designers van kleur en ontwerpers met migratieachtergrond. Laat hen mee cureren, verzamelen en reflecteren. Zorg voor échte gelijkwaardigheid in deze samenwerkingen.
- 4. Toon design als maatschappelijk verhaal:** laat in tentoonstellingen ook het verhaal zien achter het object: het proces, de strijd, de impact en het herstel. Maak van Gent een plek waar bezoekers kennismaken met een radicaal andere kijk op design en samenleving.



SAMENVATTING

DE40: Gedeelde dromen voor een open, relevant en verrassend Design Museum Gent.

Met DE40 betrok Design Museum Gent veertig Gentenaars bij het herbedenken van wat een designmuseum vandaag kan zijn. Uit deze unieke, participatieve oefening kwamen negentien behoeftethema's naar voor – breed gedragen verlangens, scherpe inzichten en concrete ideeën over hoe het museum toegankelijker, betekenisvoller en meer verbonden kan zijn met de stad en haar inwoners.

DE40 pleit voor een museum dat naar buiten treedt: zichtbaar in de publieke ruimte, aanwezig in het dagelijks leven van Gentenaars en toegankelijk voor wie niet meteen de drempel overstapt. Tegelijkertijd benadrukt het panel de nood aan verstilling, rust en ruimte voor verwondering binnen de muren. Een museum mag een plek zijn waar je vertraagt.

Het museum wordt gezien als een motor voor maatschappelijke verandering, waar design niet alleen als object, maar als proces en houding zichtbaar wordt. Bezoekers willen meedenken, mee ontwerpen, en de impact van design op thema's als zorg, ecologie en inclusie begrijpen én beleven. Daarom moet het museum kansen bieden om te creëren, te experimenteren, te spelen, te ontmoeten en samen te leren – op een laagdrempelige, toegankelijke manier.

DE40 roept op tot meerstemmigheid, representativiteit en inspraak. Niet via marketingdoelgroepen, maar door mensen te verbinden rond gedeelde interesses. Door ruimte te maken voor verhalen van uiteenlopende stemmen, en door Gentenaars op alle niveaus van het museumbeleid te betrekken.

Tenslotte herinnert DE40 ons eraan om nieuwsgierigheid te blijven prikkelen: via geur, kleur, zintuiglijke beleving, onverwachte interventies of speelse formats. Zo ontstaat een museum dat niet enkel tentoonstelt, maar ook verrast, verwelkomt en verbindt.

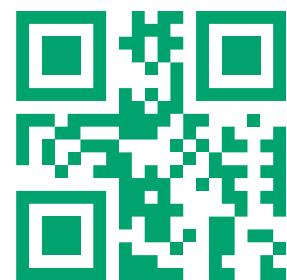


EEN MUSEUM VAN EN VOOR IEDEREEN

Wat gebeurt er als je 40 Gentenaars uit alle hoeken van de stad samenbrengt om na te denken over de toekomst van Design Museum Gent? Dit magazine toont het resultaat: een schat aan ideeën, dromen en concrete voorstellen voor een museum dat écht toegankelijk en relevant is voor iedereen.

Van klare taal tot zintuiglijke beleving, van samenwerking met lokale partners tot ruimte voor verstillings – DE40 schetst een verfrissende visie op wat een designmuseum vandaag kan zijn. Hun adviezen gaan verder dan tentoonstellingen: ze pleiten voor een museum dat naar buiten treedt, mensen laat meedenken en design toont als kracht voor maatschappelijke verandering. De adviezen zijn niet klakkeloos te volgen, ze gaan gepaard met bezorgdheden die je nodige aandacht verdienen bij het uitwerken van de concrete acties.

Een inspirerend verhaal over participatie, diversiteit, meerstemmigheid en de wijsheid van de groep. DE40 formuleerde meer dan 100 uitnodigingen in gebiedende wijs voor Design Museum Gent en voor iedereen die gelooft dat cultuur er is om te delen.



Medegefinancierd door de Europese Unie