

Kids in Museums Manifesto

Version Februar 2025

1. Be welcoming to all

Families and young people want to spend time together in museums. Feeling welcome can make or break a visit. Create an environment where everyone can explore, have fun, play, learn and feel safe. Ensure staff and volunteers give a warm welcome and make all interactions accessible, friendly and clear. Provide lots of hands-on activities and easy to read text. Remove stress from a visit by welcoming enthusiastic responses, giving positive instructions and explaining why some things can't be touched.



2. Be accessible to all

Families and young people want you to see museums through their eyes and consult with them to understand the challenges of visiting. Think about a range of needs. Train staff and volunteers to ensure all visitors are equally welcomed and supported to engage with your exhibitions and displays. D/deaf, disabled and neurodivergent people may experience additional barriers to navigating your space, activities and digital resources. Offer clear online information, including an access page and visual story. Address barriers such as rising costs, inaccessible language and unwritten rules.

3. Make it easy and comfortable

A friendly environment and good facilities make families and young people more likely to stay longer in a museum. Provide

1. Seien Sie einladend für alle

Familien und junge Menschen wollen gemeinsam Zeit im Museum verbringen. Das Gefühl, willkommen zu sein, kann über den Erfolg eines Besuchs entscheiden. Schaffen Sie eine Umgebung, in der jeder erkunden, Spaß haben, spielen und lernen kann und sich sicher fühlt. Stellen Sie sicher, dass Mitarbeiter und Freiwillige alle Besucher herzlich willkommen heißen und dass alle Interaktionen zugänglich, freundlich und klar sind. Bieten Sie viele praktische Aktivitäten und leicht zu lesende Texte an. Nehmen Sie Stress von einem Besuch, indem Sie enthusiastische Reaktionen begrüßen, positive Anweisungen geben und erklären, warum manche Dinge nicht angefasst werden können.

2. Seien Sie für alle zugänglich

Familien und junge Menschen möchten, dass Sie Museen mit ihren Augen sehen und sich mit ihnen beraten, um die Herausforderungen eines Besuchs zu verstehen. Berücksichtigen Sie eine Reihe von Bedürfnissen. Schulen Sie Mitarbeiter und Freiwillige, um sicherzustellen, dass alle Besucher gleichermaßen willkommen sind und unterstützt werden, sich mit Ihren Ausstellungen und Exponaten zu beschäftigen. Gehörlose, behinderte und neurodiverse Menschen können bei der Navigation durch Ihre Räumlichkeiten, Aktivitäten und digitalen Ressourcen auf zusätzliche Hindernisse stoßen. Bieten Sie klare Online-Informationen an, einschließlich einer Zugangsseite und einer visuellen Geschichte. Gehen Sie auf Barrieren wie steigende Kosten, unzugängliche Sprache und ungeschriebene Regeln ein.

3. Machen Sie es einfach und bequem

Eine freundliche Umgebung und gute Einrichtungen tragen dazu bei, dass Familien und junge Menschen länger in einem Museum

plentiful seating, a quiet space, free Wi-Fi and charging points. Advertise quieter visiting times and ensure queues and busy days are well managed. Stock pocket money items in the shop and offer a picnic area. If you have a café, ensure it is reasonably priced and family friendly. Advertise your venue as welcoming breastfeeding. Offer baby changing facilities and buggy storage. Install a Changing Places toilet if you can or signpost visitors to the nearest facility.

4. Remember families come in all shapes and sizes

Not everyone is a regular museum visitor. Approach everything with the broadest idea of families and young people in mind. They all have different needs and want to enjoy a visit. Families can include under 5s, grandparents, carers, D/deaf, disabled and neurodivergent people, single parents, and same sex couples. Families may visit in multigenerational groups while young people may come alone or with friends. Reflect this diversity in your language, activities, displays, facilities and ticketing.

5. Communicate well

Tell families and young people about everything you offer. Use posters, leaflets, outreach visits, social media and your website to reach different groups. Place pre-visit information, including costs and a way to get in touch, prominently on your website. On site, offer practical information on arrival, clear and simple signage, and easy ways to give feedback. Represent diverse children, families and young people in your marketing images and ensure all text is written in jargon-free language and available in accessible formats.

bleiben. Bieten Sie ausreichend Sitzgelegenheiten, einen ruhigen Raum, kostenloses Wi-Fi und Ladestationen. Werben Sie für ruhigere Besuchszeiten und sorgen Sie dafür, dass Warteschlangen und Stoßzeiten gut geregelt sind. Führen Sie Taschengeldartikel im Shop und bieten Sie ein Picknick an. Wenn Sie ein Café betreiben, achten Sie darauf, dass es preisgünstig und familienfreundlich ist. Werben Sie damit, dass Ihr Lokal stillfreundliche Einrichtungen bietet. Bieten Sie Wickelmöglichkeiten und Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen an. Richten Sie nach Möglichkeit eine Toilette zum Umkleiden ein oder weisen Sie Besucher auf die nächstgelegene Einrichtung hin.

4. Denken Sie daran, dass es Familien in allen Formen und Größen gibt

Nicht jeder ist ein regelmäßiger Museumsbesucher. Gehen Sie bei allem, was Sie tun, von einem umfassenden Konzept für Familien und junge Menschen aus. Sie alle haben unterschiedliche Bedürfnisse und wollen einen Besuch genießen. Zu den Familien können Kinder unter 5 Jahren, Großeltern, Betreuer, gehörlose, behinderte und neurodiverse Menschen, Alleinerziehende und gleichgeschlechtliche Paare gehören. Familien können in Mehrgenerationengruppen kommen, während junge Menschen allein oder mit Freunden kommen können. Berücksichtigen Sie diese Vielfalt in Ihrer Sprache, Ihren Aktivitäten, Ausstellungen, Einrichtungen und Eintrittskarten.

5. Kommunizieren Sie gut

Informieren Sie Familien und junge Menschen über Ihr gesamtes Angebot. Nutzen Sie Plakate, Broschüren, aufsuchende Besuche, soziale Medien und Ihre Website, um verschiedene Gruppen zu erreichen. Stellen Sie Informationen vor dem Besuch, einschließlich der Kosten und einer Kontaktmöglichkeit, an prominenter Stelle auf Ihre Website. Bieten Sie vor Ort praktische Informationen bei der Ankunft, eine klare und einfache Beschilderung und einfache Möglichkeiten, Feedback zu geben. Repräsentieren Sie verschiedene Kinder, Familien und junge Menschen in Ihren Marketingbildern und stellen Sie sicher, dass alle Texte in einer jargonfreien Sprache

6. Reflect your community

Families and young people want museums to be spaces to think and ask big questions about the world. Collaborate with a wide range of children, families and young people as equal partners. Work together to create relevant events, exhibitions and displays that represent diverse stories and build empathy. Design your facilities in consultation with your community. Partner with local groups to support wellbeing, take care of the environment, create career opportunities and give children, families and young people a stronger sense of ownership of their heritage.

verfasst sind und in zugänglichen Formaten vorliegen.

6. Reflektieren Sie Ihre Gemeinschaft

Familien und junge Menschen wollen, dass Museen Räume sind, in denen sie denken und große Fragen über die Welt stellen können. Arbeiten Sie mit einem breiten Spektrum von Kindern, Familien und jungen Menschen als gleichberechtigte Partner zusammen. Arbeiten Sie zusammen, um relevante Veranstaltungen, Ausstellungen und Displays zu gestalten, die unterschiedliche Geschichten darstellen und Empathie fördern. Gestalten Sie Ihre Einrichtungen in Absprache mit Ihrer Gemeinde. Gehen Sie Partnerschaften mit lokalen Gruppen ein, um das Wohlbefinden zu fördern, sich um die Umwelt zu kümmern, Karrieremöglichkeiten zu schaffen und Kindern, Familien und jungen Menschen ein stärkeres Gefühl der Verantwortung für ihr Erbe zu vermitteln.

Übersetzt mit DeepL.com (kostenlose Version)

<https://kidsinmuseums.org.uk/resources/kids-in-museums-manifesto/> (zuletzt aufgerufen am 15/05/2025)