



**Vlaanderen**  
is toerisme

# Familie- vriendelijke projecten

TOERISMEVLAANDEREN.BE



# Familievriendelijke projecten

Een project is pas écht geschikt voor families als er vooraf grondig is over nagedacht. Niet alleen 'voor de schermen' maar ook 'achter de schermen' verdient familievriendelijkheid aandacht. Pas als je echt een familievriendelijke koers wil varen, voelen families zich aangesproken en wordt het bezoek een succes. Het is essentieel om zowel op onthaal & dienstverlening, infrastructuur, beleving en communicatie in te zetten. Hieronder vind je bij elke categorie een aantal inspirerende tips.

## INHOUD

<b>ONTHAAL &amp; DIENSTVERLENING</b>	<b>4</b>
<b>INFRASTRUCTUUR</b>	<b>6</b>
<b>BELEVING</b>	<b>8</b>
<b>COMMUNICATIE</b>	<b>10</b>



## ONTHAAL & DIENSTVERLENING

Als een familie het gevoel heeft dat ze écht welkom is van zodra ze ergens aankomt, is het bezoek al half geslaagd. Hiernaast vind je enkele voorbeelden hoe je dit kan realiseren.

1

een familievriendelijk product is meer dan kinderen- of jongerenwerking alleen. Het is vooral zorgen dat zowel klein én groot zich **aangesproken voelen**

---

4

**extra aandacht** bij het onthaal doet wonderen vb. welkomstgeschenkje, informatie op kindermaat over de attractie/museum, speelhoekje bij ingang

---

7

klant kan **vrij instappen en uitstappen** in het programma, dat wil zeggen dat de klant ook aan een deel van het aanbod kan deelnemen indien het volledig pakket te veel of te zwaar is voor een familie

---

2

**positieve houding** van alle personeel, van onthaalmedewerkers tot bewakers, tegenover kinderen en families is belangrijk

---

5

het is een prima idee om families ook al **welkom te heten** bij de voorbereiding van de uitstap nl. website of brochure

---

8

voorzie een **familietarief** of korting voor grote én kleine gezinnen, rekening houdend met aparte gezinstypes naast kerngezin vb. één-oudergezin, nieuw samengestelde gezinnen of grootouders met kleinkinderen

---

3

personeel wordt **gesensibiliseerd** in omgang met kinderen/gezinnen naar behoeftes of interesses

---

6

het **onthaalpersoneel** speelt een belangrijke rol. Zo kunnen zij de ouders, grootouders én kinderen persoonlijk aanspreken, duidelijk uitleggen hoe het familieproduct in elkaar zit, aangeven hoe men de weg terugvindt, de huisregels op een positieve manier communiceren ...

---

9

**specifieke familieactiviteiten** zijn steeds toegankelijk en niet enkel op reservatie

---



# INFRASTRUCTUUR

Het is essentieel dat de omgeving is aangepast voor kleine en minder kleine kinderen, grootouders, kleine of grote families. Heb je al gedacht aan onderstaande tips?

1

**de aankleding** spreekt de hele familie aan

---

3

**hygiëne** is belangrijk. Een propere en nette omgeving is essentieel

---

5

**aangepaste vestiaire** waar kinderwagens, fietsjes of rugzakken gemakkelijk achter kunnen gelaten worden

---

2

de omgeving en infrastructuur is **veilig**. Vooral trappen, leuningen, losstaande voorwerpen, openstaande ramen, deuren verdienen extra aandacht

---

4

**voldoende beweginsruimte**, ook voor kinderwagens

---

6

**speelhoekje** voor kids is een plus. Maar ook een ruimte waar kinderen even kunnen op adem komen of net uitleven geeft energie voor het vervolg van het bezoek

7

er zijn voldoende **speelmomenten/interacties** ingebouwd in het project waarbij kinderen kennis maken met het product. Deze kan zowel een ludieke als educatieve invalshoek hebben

8

alle locaties zijn **toegankelijk voor kinderwagens**

9

een aanzienlijk gedeelte van de te bezichtigen elementen/attracties zijn aangebracht op lagere niveaus zodat kinderen ook een **duidelijke inijk** hebben

10

indien er een restaurant/brasserie/cafe is in de attractie is er een

aangepast **menu/infrastructuur** voor kinderen en families bv. niet breekbaar servies, goedkopere maaltijd voor kinderen, mogelijkheden opwarmen babyvoeding, kinderstoelen... Bij voorkeur speelt de horeca verder in op het thema van de attractie

11

een **afgeschermd hoekje** waar moeders borstvoeding kunnen geven

12

voorzie indien mogelijk **picknickplaatsen** en gratis watertap

13

het **sanitair** is aangepast voor kinderen d.w.z. er is minimum een verzorgingstafel aanwezig voor luierwissel. Wie echt mikt op jong publiek, kan ook aangepast sanitair voorzien zoals lage toiletten en lage wastafel

14

**aangepaste signalisatie** voor kinderen (vb. op vloer, werken met kleuren, duidelijke markeringen, symbolen) - aandacht voor wayfinding voor families en kinderen, dit is de manier hoe bezoekers zich oriënteren in een fysieke ruimte en hoe ze zich van de ene naar de andere plaats begeven. Zo is het belangrijk dat je vanuit elke ruimte duidelijk ziet waar het sanitair zich bevindt. Na het toiletbezoek is het essentieel om gemakkelijk de weg terug te vinden naar de rest van de familie

15

mogelijkheid tot **kwalitatieve kinderopvang** is een voordeel maar geen must

16

prioritaire **parkeermogelijkheid** voor gezinnen dichtbij ingang



# BELEVING

Naast de infrastructuur zelf is aangepaste beleving essentieel. Wat bied je aan? Hoe maak je van een bezoek een onvergetelijke ervaring?

1

**aangepaste animatie** voor alle leeftijden wil niet zeggen dat de animatie kinderachtig is maar boeiend en aangepast. Wat boeiend is voor kinderen is het ook voor volwassenen. Hoe dan ook moet een bezoek of activiteit ontspannend blijven en mag het niet te complex zijn. Kinderen worden vaak overschat terwijl de volwas-

senen een eenvoudige activiteit en product als ontspannend ervaren

2

de **interactie** tussen de familieleden is belangrijk. Bij voorkeur wordt deze op een spontane manier gestimuleerd

3

**aangepaste inkleding** zijn altijd een succes vb. uniformen in thema, mascottes, gadgets tijdens bezoek



4

**aangepaste activiteiten** kunnen aangeboden worden voor de familie samen of ouders en kinderen afzonderlijk

---

5

**zintuigelijke elementen** zijn belangrijk: voelen, ruiken, horen, zien en proeven maakt het bezoek intenser. Zo creëer je van een eenvoudige wandeling een boeiende activiteit als je onderweg mag proeven van bladeren of geluid kan maken met natuurelementen

---

6

hou rekening met de **verschillen- de leeftijdsgroepen** en biedt aangepaste activiteiten voor kinderen aan. Denk bv. aan een audiogids voor kids of voorzie aangepaste speurtochten of opdrachtboekjes. Hou er rekening mee dat geschreven communicatie visueel moeten zijn en niet te moeilijk. Dat maakt het ontspannend voor iedereen. Vaak worden kinderen overschat en vinden ouders ingewikkelde formules onaangenaam. Korte en heldere opdrachten en activiteiten zijn een verademing

---

7

als je gebruik maakt van **digitale schermen**, zorg dan dat deze functioneren. Voorzie ook een goed onderhoudscontract zodat eventuele defecten snel opgelost worden

---





# COMMUNICATIE

Het is belangrijk om je publiek te vertellen waar je voor staat. Laat families weten dat ze welkom zijn en informeer waarom het bezoek een succes wordt voor groot en klein.

1

geef families de mogelijkheid om het bezoek **grondig voor te bereiden**. Geef op je website of op online kanalen voldoende info over parking, tarieven, openingstijden, activiteiten voor de verschillende leeftijdsgroepen, interesses...

2

sta open voor **feedback** van families. Deze ervaringen helpen je om bij te sturen en het product nog meer geschikt te maken voor families

3

bij kinderen en families is het niet altijd even evident om vooraf in te schatten hoe het product ervaren wordt. **Test daarom vooraf** het product met families en met kinderen van verschillende leeftijdsgroepen en hou rekening met de feedback. Het bespaart je achteraf veel moeite en geld

4

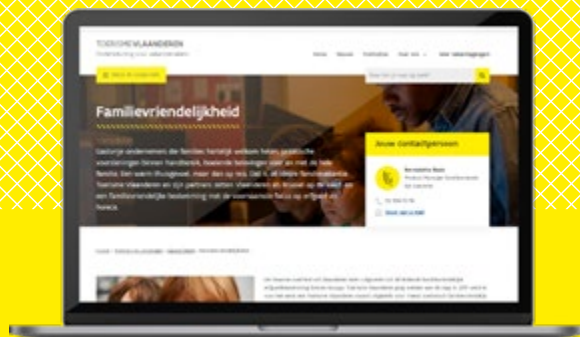
indien bepaalde onderdelen minder geschikt zijn voor kinderen van een **bepaalde leeftijd**, communiceer dit dan duidelijk zodat gezinnen kunnen inschatten of het haalbaar en aangewezen is voor hun situatie

5

voorzie ter plaatse voldoende **op maat gemaakte info** voor families en kinderen vb. audiogids, infoborden. En vergeet vooral niet dat de vormgeving kleurrijk, eenvoudig, multifunctioneel en visueel moet zijn

6

communicatie is minimum **viertalig** nl, Nederlands, Frans, Duits en Engels.



## Wens je meer inspiratie?

**Een familievriendelijk aanbod uitwerken, dat doe je uiteraard niet in een vingerknip. Daarom ontwikkelde Toerisme Vlaanderen een aantal brochures om je verder te inspireren.**

Op onze website vind je verschillende publicaties zoals: '1. 2. 3. Familie! Zo maak je jouw museum of erfgoedsite familievriendelijk', 'Weg met jongeren! Hoe maak je je museum of erfgoedsite aantrekkelijk voor jongeren?', een inspiratiegids voor familievriendelijke logies, ...

Ook **FARO** heeft een aantal boeiende publicaties over de ontwikkeling van familievriendelijk erfgoed. Deze info en tips zijn zeker ook toepasbaar op toeristische projecten. Je vindt alle publicaties, ook deze van FARO terug op onze website.

<https://toerismevlaanderen.be/nl/thema/gastvrijheid/familievriendelijkheid>





## Heb je nog vragen?

Contacteer Toerisme Vlaanderen,

**Bernadette Baele**

Product Manager Familievriendelijkheid

[bernadette.baele@toerismevlaanderen.be](mailto:bernadette.baele@toerismevlaanderen.be)

T +32 2 504 03 96

M +32 479 404 507

---

### VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen, Grasmarkt 61, 1000 Brussel

### WETTELIJK DEPOT

D/2023/5635/7

### COPYRIGHTS

J.Berquez, Sofie Coreynen, Stefan Jacobs en Istock

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welk wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.



**TOERISMEVLAANDEREN.BE**