



Inschrijvingsformulier

Digitaal opsturen naar info@thuisindestad.be
U krijgt een ontvangstmelding

Waarvoor dient dit formulier?

Met dit formulier dingt u mee naar de 'Thuis in de Stad'-prijs 2011, U kunt per stad één, twee of drie projecten indienen. Gebruik voor ieder ingediend stadsproject een nieuw formulier.

Aan wie bezorgt u dit formulier?

Verstuur dit formulier voor 10 oktober 2011 om 17.00 uur online naar info@thuisindestad.be

Waar vindt u meer informatie?

U vindt meer informatie op onze website thuisindestad.be.

Gegevens van de stad die het project indient

1 Vul hieronder de naam in van de stad die het project indient.

Stad Antwerpen

Gegevens van de contactpersoon van het project

2 Vul hieronder de gegevens in van de contactpersoon van het project.

voornaam en achternaam Carl Depauw

functie Directeur MAS/Museum aan de Stroom

straat en nummer Hanzestedenplaats 1

postnummer en gemeente 2000 Antwerpen

telefoon 03.338.44.10

faxnummer 03.338.44.44

e-mailadres Carl.depauw@stad.antwerpen.be

Gegevens van het project

3 Vul hieronder de gegevens in van het project.

naam MAS/Museum aan de Stroom

startdatum dag maand jaar

einddatum dag maand jaar

naam van de partners Stad Antwerpen, Vlaamse gemeenschap, KBC, Umicore, SDWorx, Gemeentelijk Havenbedrijf Antwerpen, THV MAS (Interbuild, Cordeel, Willemen), Neutelings-Riedijk Architecten en B-Architecten

naam van de coördinator AG VESPA – Gedelegeerd bouwheer

budget 60.078.344 euro

4 Geef hieronder een korte beschrijving van het project.

Het project moet al gerealiseerd zijn of moet zo ver gevorderd zijn dat het op zijn waarde en effectiviteit beoordeeld kan worden. Het mag op 10 oktober 2011 niet meer dan twee jaar geleden gerealiseerd zijn.

Het Museum aan de Stroom [MAS] is veel meer dan een museum. Al van bij de eerste denkplaatjes, eind jaren negentig van de vorige eeuw, was duidelijk dat het MAS een icoon voor de stad moest worden en een katalysator voor de revalorisatie van de stadswijk het Eilandje.

In 2000 schreef de stad een internationale ontwerpwedstrijd die werd gewonnen door het Rotterdamse architectenbureau Neutelings Riedijk Architecten. Hun ontwerp omvat een toren van tien gestapelde boxen gecombineerd met een spiraalvormige wandelboulevard. Naast de toren liggen een verzonken plein en vier paviljoenen.

Het MAS – een landmark op de grens van stad en haven – is een grensverleggend museum over mensen met uiteenlopende denk- en leefwerelden. Het MAS is er voor wie nieuwsgierig is naar verleden, heden en toekomst van de stad Antwerpen en de wereld. Het is een museum voor mensen die meer willen weten over de plaats van Antwerpen en van zichzelf in die wereld.

Het MAS is een cultureel-erfgoedforum dat werkt met verscheiden collecties en methodieken. Het ontwikkelt een divers programma intra en extra muros, met als rode draad verhalen van de stroom, de stad, de haven en de wereld. Er wordt nationaal en internationaal samengewerkt met het publiek, met experts en met andere partners. Als museum brengt het MAS collecties samen van vier voormalige stedelijke musea. Deze musea waren gehuisvest in hoofdzakelijk historische gebouwen die problemen stelden qua toegankelijk en klimaatcontrole. Die collecties worden nu gepresenteerd in een vernieuwende, theatrale beleving voor de bezoekers.

Van groot belang is dat het MAS een maximale toegankelijkheid en publieksbetrokkenheid nastreeft en ook effectief realiseert. Bezoekers uit Antwerpen en (ver) daarbuiten moeten de kans krijgen om het museum en haar omgeving maximaal te beleven en het museum (en de stad) te omarmen. Het MAS richt zich naar zowel een zeer breed publiek als naar specifieke doelgroepen, zodat het voor iedereen mogelijk is om zich via het MAS te identificeren met het leven in de stad.

5. Beschrijf de rol van de stad in de realisatie van het ingediende project?

De stad Antwerpen is de initiatiefnemer van het project; de grootste financier en via gedelegeerd bouwheer AG VESPA de uitvoerder van het project. De stad Antwerpen is tevens eigenaar van de museumcollecties en gebruiker van het MAS.

6 Kruis hieronder de twee hoofdaspecten aan waarop het project betrekking heeft.

- de huisvesting in de stad
- de stedelijke ruimte
- de mobiliteit in de stad
- het leefmilieu in de stad
- de plaatselijke economie
- de sociale cohesie in de stad
- de cultuurbeleving in de stad

het democratisch besturen van de stad

andere, namelijk:

7 Geef kort de karakteristieken weer, indien het project zich uitdrukkelijk richt tot een bepaalde buurt of doelgroep.

Relatie tot de buurt

De stadswijken het Schipperkwartier en het Eilandje waren op het einde van de twintigste eeuw verloederd geraakt. Deze historische havenbuurt was haar oorspronkelijke functie kwijt geraakt door de schaalvergroting en de uitbreiding van de haven in noordelijke richting. De band tussen stad en haven, een identiteitsbepalende relatie voor een havenstad, was daardoor verbroken.

In het project Stad aan de Stroom (1993) bestudeerden internationale stadsplanners, ontwerpers en stedenbouwkundigen het Antwerpse waterfront en leverden ze een aantal suggesties om de banden tussen de stad en de haven terug aan te halen. Het belang van de Hanzestedenplaats kwam in die ontwerpen duidelijk tot uiting, als het snijpunt van enerzijds de zicht-as over het Willemdok en Bonapartedok naar de Schelde, en anderzijds de wandel-as van het stadscentrum naar het Kattendijkdok. Neutelings-Riedijk Architecten markeerden dit snijpunt met het MAS.

Van het MAS werd van bij de eerste ideeën verwacht dat het een impuls zou betekenen voor de herwaardering van het Eilandje. Met de realisatie van het MAS voegde de stad een architecturaal waardevolle toren toe aan de skyline van Antwerpen. Zonder twijfel is het MAS dan ook een nieuw oriëntatiepunt in de stad.

Het MAS gaat de relatie met zijn omgeving aan door het stapelhuisconcept (geschrante 'dozen' boven elkaar), dat verwijst naar de historische stapelhuizen aan de oudste dokken. Als museum neemt het de typologie van de oorspronkelijke omringende architectuur over.

Het MAS belichaamt de *genius loci* van de Hanzestedenplaats. Het neemt de plaats in waar tot eind 19de eeuw het Hanzahuis stond. Deze plek heeft een belangrijke rol gespeeld in de Antwerpse geschiedenis van de 16de en de 19de eeuw, en doet dat nu weer met de stadsontwikkeling van het Eilandje.

Relatie tot doelgroepen

De publiekswerking van het MAS vertrekt niet vanuit het traditionele en te veralgemenend doelgroepen-denken, maar verweeft de reële en complexe diversiteit van de (grootstedelijke) samenleving structureel én organisch doorheen de hele werking. De presentaties houden rekening met de leerstijlen, de interesses, het niveau van ervaring en kennis van individuele bezoekers.

Het MAS richt zich tot een zeer breed doelpubliek, op alle lagen van de bevolking, op alle leeftijden, op zowel meerwaardezoekers als bezoekers met minder cultureel engagement, op gezinnen, koppels en singles...

Het MAS wil een ontmoetingsplek zijn voor de lokale bevolking en bezoekers nationaal en internationaal. De omgeving van het MAS op het Antwerpse Eilandje moet een bruisend stadsdeel zijn en aantrekkingspool voor toeristen.

Het MAS is de enige toren in Antwerpen die (gratis) tot op de top toegankelijk is. Er zijn dan ook een heel aantal zaken gratis toegankelijk (MAS-wandelboulevard, panorama, kijkdepot, plein), er wordt gezorgd voor een breed en laagdrempelig aanbod. Het is een start- of eindpunt voor een bezoek aan de stad, de Collectie Antwerpen - erfgoed buiten de MAS-muren - sluit hier dan ook naadloos bij aan.

Door deze combinatie van bezoekeniveaus spreekt het MAS zowel traditionele museumbezoekers aan, als bewoners of bezoekers van de stad die anders zelden of nooit musea bezoeken.

8 Wat zijn de beoogde effecten van het project?

Het MAS wil meer dan louter een museum zijn. Er worden dan ook effecten op verschillende domeinen en niveaus nagestreefd. Uiteraard zijn de museale doelstellingen belangrijk, maar daarnaast zijn ook uitstraling, beleving en ontmoeting essentiële doelstellingen.

Het MAS moet fungeren als architecturaal icoon, het moet de stad een gezicht geven dat aantrekkelijk en herkenbaar is voor bewoners en bezoekers van de stad. Het MAS moet fungeren als katalysator voor de

stadsontwikkeling van de buurt en een echte aantrekkingspool voor Antwerpen worden. Een nieuw museum met een markante architectuur is een troef voor de citymarketing van de stad. Het geeft haar een nieuw (erfgoed)gezicht met een internationaal potentieel.

Het MAS democratisch toegankelijk, zowel qua toegangsprijzen en openingsuren, als fysiek en mentaal. Iedereen kan het als een ervaring beleven. Het MAS als 'toren van het volk' en als ontmoetingsplaats.

Als 'bevlogen verteller' vervlecht het MAS de verhalen van mensen en collecties in elkaar en creëert daardoor een meerwaarde. Diverse collecties, kennis en ervaring komen er samen.

Het MAS brengt verschillende stedelijke collecties bijeen en biedt *state of the art* bewaringscondities.

9 In welke mate zijn de beoogde effecten van het project gerealiseerd?

Antwerpenaren eigenen zich het MAS toe. Het MAS wordt een referentiepunt voor bewoners van Antwerpen die het indrukwekkende nieuwe gebouw als een van de iconen van hun stad beschouwen en zich kunnen identificeren met verhalen die het MAS brengt over heden, verleden en toekomst van stad en wereld.

Tussen de opening op 17 mei 2011 en eind september 2011 ontving het MAS meer dan 480.000 bezoekers. Bij het indienen van dit dossier zal de kaap van 500 000 bezoekers overschreden zijn. Ongeveer de helft hiervan bezoekt ook de museumzalen.

De komst van het MAS heeft een stroomversnelling teweeg gebracht in de stedenbouwkundige ontwikkeling, zowel de initiatieven van de overheid als van de privé-eigenaars en ontwikkelaars. De heraanleg van de openbare ruimte is in volle gang en ook het Waterplan+ is klaar voor uitvoering.

Als museumgebouw doorstaat het MAS de vergelijking met andere belangrijke nieuwe museumgebouwen of gebouwen met een culturele functie in Vlaanderen, Europa en elders in de wereld.

Het MAS heeft nu een duidelijk zicht op de bewaarcondities en de materiële toestand van alle objecten in de collecties. De verzamelingen van 410 000 museumobjecten zijn in een gecombineerde beweging geïnventariseerd, geregistreerd, verhuisd en opgeborgen volgens internationale standaarden en normen.

10 Op welke manier werden diverse beleidsdomeinen in het project geïntegreerd?

Cultuur & stadsontwikkeling

Realisatie van de bouw van het MAS met paviljoenen en MAS-plein, heraanleg Eilandje, waterplan eilandje

Cultuur & Jeugd

-MAS-in-jonge-handen werkt structureel samen met AEYC (Antwerp European Youth Capital): vitrine-project in de MAS-wandelboulevard en de Donderdagen van de musea (27 oktober: MASKed)

Cultuur & onderwijs

-MAS ingebed in Stadsklassen-programma (2^e ° MO)

-MAS heeft het peterschap opgenomen van de Sint Lutgardis/Belpaire school (KL en LO)

-samenwerking met Karel-de-Grote Hogeschool, Sociaal-Cultureel Werk, afdeling Kunst-en cultuurbemiddeling: opleidingen interactief rondleiden vanaf dit academiejaar

-samenwerking met vzw Luisteroren: nieuwkomers-jongeren (doven, slechthorenden en validen): MAS geïntegreerd in het lesprogramma

Cultuur & OCMW

- MAS mobiele erfgoedkoffer voor RVT's en Dienstencentra, ontleenbaar bij VormingPlus en begeleid door ConsulAnten

Cultuur & Samen Leven

-project NANE (Nieuwe Antwerpenaren, Nieuw Erfgoed): samenwerking RSL, MAS en Onthaalbureau

Inburgering en Atlas

-alle anderstalige nieuwkomers brengen een geleid bezoek aan het MAS

-MAS ingebed in Rhizomen-opleidingstraject

11 In welke mate is het project innovierend en draagt het bij tot stedelijkheid?

De betekenis van dit museum zit niet enkel in museumstukken. Het MAS maakt de stad leesbaar op verschillende niveaus. Het blaast vergeten verhalen nieuw leven in en maakt een buurt terug betekenisvol en bruikbaar. Het werkt zowel van binnen uit als van buiten. Van in de wandelboulevard en van op het dak ontvouwen zich wisselende perspectieven op de stad en de haven. Het MAS trekt de stad binnen in de ervaring van het museumbezoek. Van buiten gezien markeert het MAS dit kruispunt tussen de stad en de haven. Het is een startpunt om zowel de stad als de haven te exploreren.

Het MAS is een ontmoetingsplaats voor bezoekers en bewoners van de stad. Mensen komen er meermaals naartoe, en niet enkel om de museumzalen te bezoeken. Het MAS brengt een betekenisvolle en waardevolle ervaring tot stand voor een breed scala van museumbezoekers die meer willen weten over de plaats van Antwerpen en van zichzelf in de wereld. Het streeft een kwalitatieve publieksbinding na door het zoveel mogelijk wegwerken van fysieke en mentale drempels, het uitlokken van communicatie en wisselwerking en het creëren van een actieve wederzijdse betrokkenheid.

Het MAS bouwt een dynamische relatie op met de voortdurend veranderende grootstedelijke samenleving en andere publieksgroepen daarbuiten. Dit gebeurt onder andere in actieve interactie met diverse publieksgroepen. Het MAS overstijgt zo het klassiek-museale informeren, ontvangen en inhoudelijk begeleiden van het effectieve publiek.

De werking van het MAS speelt zich niet alleen intra muros af, maar ook extra muros. Er is een wisselwerking tussen het MAS en de 'buitenplekken' (in de stad en de districten), waarbij het MAS niet als eindpunt maar als uitvalsbasis en toeleider fungeert.

het MAS ziet de omgang met erfgoed ruimer dan strikt museaal. Het bouwt een forumfunctie uit voor ontmoeting, dialoog en samenwerking met publiek, partners en experts om zodoende gedeelde presentaties te realiseren en betrokkenheid te creëren.

12 Beschrijf waarom en op welke wijze dit project inspirerend kan zijn voor andere projecten?

De nieuwe museale aanpak van het MAS inspireert tal van buitenlandse museumprofessionelen, stadsontwikkelaars, ontwerpers, productontwikkelaars, bedrijven, toeleveranciers...

Bedrijven en partners die van dichtbij of van ver betrokken zijn bij de realisatie van het MAS gebruiken het project in hun internationale referenties.

13 Op welke wijze werd de bevolking betrokken bij de voorbereiding en de realisatie van het project?

Vanaf 2005 organiseerde het MAS jaarlijks een buurtinformatiemoment. Er verschenen nieuwsbrieven in print en vanaf oktober 2010 digitaal.

In mei 2007 tot 6 april 2011 opende het MAS een infopunt op de werf, bemand door vrijwilligers en wekelijks iemand van de staf. Tot de sluiting in april 2011 ontving het MAS Infopunt 32.000 bezoekers.

De vrijwilligers stelden duidelijk vast hoe de houding van Antwerpenaren in vier jaar evolueerde van kritisch tot enthousiast. Van bij de opening van het MAS stellen we dagelijks nog meer vast hoe het gebouw en collecties worden omarmd door Antwerpenaren en andere bezoekers

Tijdens het bouwproces en de openingsfestiviteiten betrok het MAS de buurtbewoners telkens als eerste en meest nabije partners.

Het MAS werkt samen met toetsingsgroepen om bepaalde aspecten van de werking te ontwikkelen, te evalueren en bij te sturen (bv. mensen met een beperking, scholen en leerkrachten, families, ...).

Het MAS werkt samen met focusgroepen uit diverse geledingen van de maatschappij, die een inhoudelijke bijdrage leveren aan het verhaal van het MAS (bvb. dokwerkers, Jain-gemeenschap, jongeren tussen 15 en 25 jaar (MAS in jonge Handen), ConsulAnten (MAS mobiele erfgoedkoffer), project NANE (Nieuwe Antwerpenaren, Nieuw Erfgoed), een samenwerking RSL, MAS en Onthaalbureau Inburgering en Atlas, ...).

Het MAS werkt vanuit een uitgebreide vrijwilligerswerking: MAS gastheren en -vrouwen, dokwerkers, kraanmannen en scheepsrestaurateurs, Er is onder andere een samenwerking met het Servicepunt Vrijwilligers.

Het MAS heeft een taak als erfgoedforum binnen het Vlaamse cultureel-erfgoedbeleid. Het werkt samen met meer dan 250 grote en kleine erfgoedspelers op het grondgebied van de stad Antwerpen inclusief alle districten die mee het verhaal van Antwerpen in de wereld vertellen.

14 Wie waren de betrokken partners en wat was hun rol en aandeel in het project?

Geef aan of het om een horizontaal (publiek – publiek; publiek – privé) of verticaal (federale, regionale, lokale overheden) partnerschap gaat.

Verticaal:

- Vlaamse regering (financiële steun)
- KBC-UMICORE-SDWorx-GHA (founders van het MAS)

Horizontaal:

- AG VESPA (gedelegeerd bouwheer in opdracht van de stad Antwerpen)
- THV MAS (aannemer en uitvoerder van de werken)
- NRA (architectenbureau)
- B-Architecten (scenografie en inrichting van het MAS)

15 Hoe werd het project bekendgemaakt?

- Vanaf 2005 werd er jaarlijks een buurtinformatiemoment georganiseerd.
- Nieuwsbrieven (vanaf mei 2005 – in print, vanaf oktober 2010 – digitaal)
- Van 2 mei 2007 tot 6 april 2011 opende het MAS een infopunt op de werf, bemand door vrijwilligers. Open op woensdag, zaterdag en zondag. Totaal aantal bezoekers: 32.000
- Het MAS nam tijdens het bouwproces deel aan de Openwerfdagen.

1 jaar voor opening

“Vooruit MAS!” van 8 mei 2010 tot en met 5 juni 2010: gratis rondleidingen in het nog leegstaande gebouw + cultureel programma (lezingen, films en concerten in één van de paviljoenen van het MAS)

Openingscampagne

MAS opent met een bang:

- Openingsfestival 13-16 mei 2011 met gratis bezoeken en een cultureel programma rond het museum (vuurwerk, openluchtconcert, dansvoorstelling, circus, theater, ...).
Het openingsfestival werd bekend gemaakt via verschillende mediakanalen: persconferentie, affichage, een speciaal MAS-magazine verspreid in Antwerpen en de randgemeenten, sociale media, bierviltjes in Antwerpse horeca, programmakubus Hanzestedenplaats, Owned media (website, De Nieuwe Antwerpenaar op ATV, De Nieuwe Antwerpenaar, advertenties personeelsbladen..., button “I MAS THERE”, digitale nieuwsbrieven, ...
- Nationale campagne met slogan: “Het MAS. Dat moet je gezien hebben.” => MAS werd gepromoot als totaalbelevenis
 - Affichage Vlaanderen en Brussel (Publifer, Clear Channel, ...)

- Print in Vlaanderen en Brussel (met voornaamste mediapartners Knack, de Standaard, Zone 03, Metro, Zondag, ...)
 - TV spot (VRT, ATV)
 - Persconferentie
 - Distributie museumfolder
 - Radiospots (VRT)
 - Social media: Facebook, Twitter, search engine marketing
 - Owned media: website etc.
 - Mediadeals: speciale bijlage in Knack, actie via de Standaard, extra audio-visuele mediaruimte via VR, ...
 - MAS kubus Astridplein
 - ...
- Campagne Openings tentoonstelling: Meesterwerken in het MAS. Vijf eeuwen beeld in Antwerpen. (campagne in twee golven: een eerste golf vanaf de opening in mei tot de zomer, een tweede in het najaar)
- Startschot via persconferentie waar een expo-kunstwerk onthuld wordt (het werk is een interpretatie van Koen van den Broek van een topstuk en vertelt het verhaal van de tentoonstelling)
 - Radiospots, Affichage, Print, social media, website, tentoonstellingsfolder, De Nieuwe Antwerpenaar op ATV, De Nieuwe Antwerpenaar, advertenties personeelsbladen...)
- Online Campagne met internationale focus: Phygital tour: het MAS van thuis uit beleven
- Strategisch idee: potentiële bezoeker laten voorproeven. Hem zin laten krijgen om gebouw en museum ook effectief te bezoeken
 - Earned en Sociale media + Advertising

16 Vermeld hieronder eventuele andere elementen die uw kandidatuur kunnen ondersteunen, bijvoorbeeld een onafhankelijke evaluatie van het project.

Op aanvraag kunnen we een overzicht bezorgen van de weerklank die het MAS tot hiertoe had in de internationale pers.

17 Omschrijf hieronder waarvoor u de geldprijs eventueel zult gebruiken.

Verbeteren van de fysieke toegankelijkheid van het MAS, vooral voor mindervaliden.