

# Het Steen, een héél bijzonder stedelijk project

*Herman Van Goethem*

De 'Leidraad voor projectontwikkelaars' is een bijzonder document, dat om aandachtige lectuur vraagt. We citeren eerst uit de Leidraad en gaan dan in op enkele markante passussen.

## “Projectambitie en omschrijving

### a. Doelstelling

De stad Antwerpen wenst het Steen te herbestemmen tot een plek die voornamelijk gericht is op de leefwereld van kinderen, met respect voor het cultuurhistorische erfgoed.

Naast het commerciële vrijetijdsaanbod moet het Steen een meerwaarde bieden vanuit een totaalconcept met een eigen sfeer en een duidelijk herkenbare stijl. De stad heeft de ambitie een 'dagbelevens' aan te bieden, waarbij kinderen op een thematische, fantasievolle manier kunnen kennismaken met het verleden van het Steen en Antwerpen en waarbij de bezoeker centraal staat. Bedoeling is dat de bezoeker via een veelzijdige manier wordt meegenomen in de magische wereld van het Steen via bijvoorbeeld een combinatie van theater, muziek, rondleiding, avontuur, spelen, commercialisering en virtuele aspecten.

Dit zou kunnen worden uitgewerkt door het creëren van een nieuw A- personage gebaseerd op een bestaande legende of een mythische Antwerpse figuur. Dit personage kan een gids doorheen heel het nieuwe concept zijn en kan ook crossmediaal gebruikt worden zodat Antwerpen als kindermetropool tot ver buiten de Antwerpse stadsgrenzen in de kijker gezet wordt.

De stad is ervan overtuigd dat het Steen een aantrekkingskracht kan zijn op de nationale en internationale markt van dagrecreatie, met respect voor de draagkracht van het gebouw en de beperkte toegankelijkheid.

### b. Doelgroepen

Volgende doelgroepen worden prioritair benaderd:

1) De eerste en prioritaire doelgroep bij de herbestemming van het Steen zijn kinderen tussen 6 en 12 jaar. Aangezien binnen deze doelgroep grote verschillen bestaan, wordt er gedifferentieerd naar de leeftijdscategorieën: 6-8 jarigen en 9-12 jarigen. Elke groep moet zijn plek krijgen. De jongste groep wil vooral zijn fantasie geprikkeld zien, de oudere kinderen hebben meer zin voor realiteit en avontuur. Het Steen richt zich zowel naar Antwerpse kinderen die hun eigen stad op een leuke manier willen ervaren/beleven, als naar kinderen die hier op daguitstap komen met hun ouders, klas of jeugdvereniging.

2) De tweede doelgroep zijn de toeristen. Het Steen heeft in verhouding met andere musea een groot aantal buitenlandse bezoekers. Dit komt niet enkel door de (voormalige) invulling, maar ook door de locatie en de uitstraling van de burcht. De toeristische uitstraling van het Steen moet daarom ook behouden blijven.

3) De derde doelgroep zijn de inwoners van de stad die nauw gebonden moeten blijven met de geschiedenis, de verschillende invullingen van het gebouw en de vele geschiedkundige restanten (beeldjes, spreuken, wapenschilden, vergeetputten).

Kortom, het moet mogelijk zijn om in en rond het Steen te komen spelen, met het gezin op daguitstap te komen, in klasverband een bezoek te brengen,...

### c. Functies

Vanuit een eenduidig/duidelijk concept of verhaal (duurzaam én flexibel) krijgt het Steen een nieuwe invulling. De authenticiteit van de burcht moet maximaal gewaarborgd blijven. De kandidaat uitbater levert een totaalconcept waarin het Steen een plek wordt die voornamelijk

gericht is op de leefwereld van kinderen in een historisch kader en dit in harmonie met de omliggende kaaien en het maritiem park.

De stad wenst binnen dit totaalconcept de volgende functies een plaats te geven (in volgorde van prioriteit):

#### 1) *Recreatie, beleving en educatie*

Het Steen moet vooral een “doe-plek” worden waar kinderen op een actieve manier Antwerpen kunnen beleven. Jongere kinderen zullen vooral geprikkeld worden door fantasie daar waar oudere kinderen meer geboeid zullen zijn door het avontuurlijke, het realistische.

Het Steen wil naast het grote aanbod van vrijetijdsaanbod een aanbod dat een meerwaarde kan geven en meer kan zijn dan alleen puur plezier maken. Educatieve omkadering moet zeker aanwezig zijn.

#### 2) *Themagericht werken*

Het Steen moet een bijzondere aantrekkingskracht krijgen voor jonge kinderen. Daarom is het belangrijk om een eigen verhaal en een eigen sfeer te creëren. De stad vindt het belangrijk dat de herbestemming van het Steen vertrekt van een creatief totaalconcept. Hierbij wordt bijvoorbeeld de mogelijkheid geboden een nieuw A-personage of figuur te creëren die haar plek in het Steen vindt. Een duidelijk herkenbare stijl en een sterke productnaam zijn belangrijk, maar een flexibele invulling moet mogelijk zijn (bijvoorbeeld seizoensgebonden activiteiten, gastproducties,...).

De link met water, boten en de Schelde verdient bijzondere aandacht. De aanwezigheid van het Maritiem park en de ligging aan de Schelde maken van het Steen een unieke plek in de stad. Water heeft een natuurlijke aantrekkingskracht op kinderen en zet kinderen aan tot experimenteren en spel. In de ontwikkeling van een concept moet hier dus zeker rekening mee gehouden worden.

#### 3) *Horeca*

Een horecafunctie in het Steen behoort tot de mogelijkheden, indien gericht op de verschillende doelgroepen zoals eerder beschreven.

Kortom, het Steen moet op de markt van de dagrecreatie méér worden dan een dagje plezier. Educatieve beleving en omkadering, actieve ontdekking en participatie, interactiviteit, een leeftijdsgebonden aanbod, experimenteren,... binnen één verhaal of thema (duidelijke content, duidelijk profiel), maken dat het Steen als mythische plek tot leven komt.

### **d. Stedenbouwkundige bestemming op de herontwikkeling van de Scheldekaaien en het respect voor het cultuurhistorisch erfgoed**

Het Steen krijgt in het Masterplan Scheldekaaien een dubbele waardering als historisch monument én als baken voor de toekomst. De nieuwe bestemming zal met beide aspecten rekening houden en dient met zorg uitgekozen te worden in overeenstemming met het historische karakter en de toekomstige uitstraling.

Zowel minimale als ingrijpende aanpassingen zullen gebeuren met respect voor het verleden en met het oog op een duurzame herbestemming. De voorgestelde aanpassingen zullen gemotiveerd worden door het cultuurhistorisch onderzoek en waarderingsrapport.”

Het Steen als ‘mythische plek’, de wereld van sagen en legenden... Als deze leidraad zijn historische insteek ergens vandaan haalt, dan lijkt die wel het *format* te hebben van het mooie standbeeld van Lange Wapper van Albert Poels, aan de ingang van het Steen. Maar wat met het Steen zelf? Waar liggen de limieten voor de projectontwikkelaars? In de Leidraad staan er twee.

1) naast de kinderen zijn er ook ‘andere doelgroepen’ (punt c)

Het zijn er twee, en ze zijn duidelijk erg ondergeschikt. We lezen: “De tweede doelgroep zijn de toeristen. Het Steen heeft in verhouding met andere musea een groot aantal buitenlandse bezoekers. Dit komt niet enkel door de (voormalige) invulling, maar ook door de locatie en de uitstraling van de burcht. De toeristische uitstraling van het Steen moet daarom ook behouden blijven.” Dit blinkt uit door vaagheid. Ook al omdat historische aspecten van het Steen enkel worden voorbehouden voor de

derde doelgroep: "De derde doelgroep zijn de inwoners van de stad die nauw gebonden moeten blijven met de geschiedenis, de verschillende invullingen van het gebouw en de vele geschiedkundige restanten" waarna dan deze toch wel erg schamele specificatie: "beeldjes, spreuken, wapenschilden, vergeetputten..."

Het relatieve belang van deze twee doelgroepen wordt ook goed aangegeven in de samenvattende eindzin, die toch op de drie doelgroepen moest slaan: "Kortom, het moet mogelijk zijn om in en rond het Steen te komen spelen, met het gezin op daguitstap te komen, in klasverband een bezoek te brengen, ..."

## 2) het erfgoedkarakter (punt d)

Er wordt enkel aangegeven dat er "respect" moet zijn "voor het verleden", dat de nieuwe bestemming ondermeer "in overeenstemming met het historische karakter" moet zijn. En daar moeten we het mee doen...