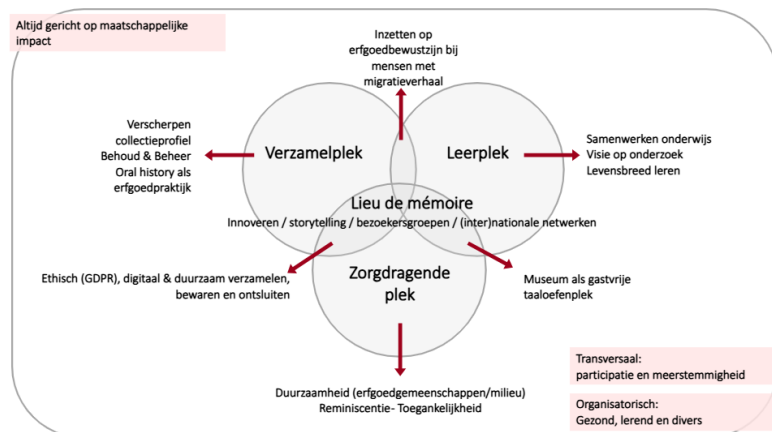


Jaarverslag Red Star Line Museum – over 2025



Inleiding

In 2025 groeide het Red Star Line Museum verder uit tot een *lieu de mémoire*, verzamelplek, leerplek en zorgdragende plek rond migratie. Het jaar stond in het teken van inhoudelijke verdieping, een sterke publiekswerking en verschillende participatieve trajecten die het museum verankeren in zowel erfgoed- als gemeenschapspraktijk. In de museumzalen werden vernieuwende en meerstemmige presentaties ontwikkeld. De loods bleef een proeftuin voor uiteenlopende formats: van de tentoonstelling 'Familiegeluk' en de doe-expo 'Goeie Reis' tot de lancering van de podcast 'Altijd Onderweg'. De programmatie evolueerde naar een mix van aanbod- en vraaggestuurde activiteiten, zoals migratiesalons, performances, samenwerkingen met kunstenaars, themarondleidingen en familiezondagen. Met ruim 104.000 bezoekers, waaronder veel schoolgroepen, bevestigde het museum zijn sterke publiekspositie. Op het vlak van collectie en participatie werkte het museum verder aan zijn onderzoeksvisie en vernieuwd collectieplan, met aandacht voor ethische en participatieve principes rond biografisch migratie-erfgoed. Nieuwe schenkingen, interviews en intergenerationele trajecten verrijkten de collectie. Initiatieven zoals de 'Heimweekast', 'Onze Tuin' en taal- en migratieprojecten tonen hoe structurele participatie deel blijft uitmaken van de kernwerking. Als leerplek bood het museum een breed onderwijsaanbod, samenwerkingen met hogescholen en universiteiten en vernieuwende NT2- en welzijnstrajecten. Workshops zoals 'Heimwee', 'Moederland' en 'Boeken en Handen' versterkten de focus op welzijn, emoties en veerkracht. Als zorgdragende plek bouwde het museum aan duurzame relaties met erfgoedgemeenschappen en zette het verdere stappen in gastvrijheid, toegankelijkheid, inclusie en cultuursensitieve reminiscentie. Intern zette het museum in op professionalisering, cultureel ondernemerschap en duurzaamheid, met aandacht voor teamontwikkeling, digitale infrastructuur en ecologische ambities. 2025 was daarmee een jaar van groei, verdieping en verbinding, waarin het Red Star Line Museum zijn maatschappelijke rol en zijn positie als unieke ontmoetings- en reflectieplek rond migratie verder verankerde.



Schematische voorstelling van het strategisch beleidsplan 2024-2028 van het Red Star Line Museum

Strategische Doelstelling 1. Het Red Star Line Museum als *lieu de mémoire*

Het Red Star Line Museum versterkt de beleving als 'lieu de mémoire' in en rond de authentieke gebouwen van de Red Star Line rederij, voor een brede, gemengde groep van bezoekers. Het museum faciliteert hen in het maken van de brug tussen verleden, heden en toekomst.



Tijdelijke tentoonstelling 'Goeie Reis' © Lucid

OD 1.1 Het Red Star Line Museum ontwikkelt een nieuwe visie en experimenteert met formats rond ontsluiting van zijn collectie en onderzoek, zowel in de vaste presentatie, de Loods als buiten het museum.

Het Red Star Line Museum wil zijn positie als relevant en toekomstgericht museum versterken door zowel de collectie als de vaste presentatie verder te verdiepen en te verbreden. De loods van het museum speelt daarbij vandaag een centrale rol: het is de plek waar het museum experimenteert met uiteenlopende tentoonstellingsformats en waar ervaringen en evaluaties worden ingezet om een bredere visie te ontwikkelen over hoe deze ruimte het best kan bijdragen aan de verbinding tussen verleden, heden en toekomst. Tegelijkertijd zoekt en test het Red Star Line Museum als museum waar verhalen het hart van de werking vormen actief nieuwe manieren om deze verhalen te delen, binnen én buiten de museummuren, en dat naast de klassieke tentoonstellingen. Daarbij staan meerstemmigheid en toegankelijkheid steeds voorop. Zo krijgen verschillende perspectieven en doelgroepen een plaats in de manier waarop het museum zijn erfgoed presenteert.

Begin 2025 was in de loods de 'klassiekere' tentoonstelling 'Familiegeluk' te zien (zie OD 1.2). Tijdens Antwerp Pride 2025, in de zomer, gaf het Red Star Line Museum met de gastexpo 'Cavalier Queer' ruimte aan verhalen over identiteit, liefde en toekomst. 'Cavalier Queer' is een lopende verzameling van LGBTQIA+-verhalen over de toekomst, hoop, dromen en de moed om buiten het normatieve kader te stappen.

In het najaar programmeerde het museum de doe-expo 'Goeie Reis', een samenwerking met de theatermakers van Theater De Spiegel. De expo bracht een reflectie op de collectie van het museum en het thema migratie, op maat van de allerkleinsten (zie ook OD 4.2). 'Goeie Reis' was geïnspireerd op collectiestukken van het museum

en bevond zich op het snijvlak tussen programmatie en tentoonstelling, met onder meer uitverkochte theatervoorstellingen van 'Battoe' in de scenografie van de expo. Aanraken, spelen en ontdekken: alles mocht in deze doe-expo waar de allerjongsten (vanaf 1 jaar) op reis vertrokken met hun (groot)ouders. Navigerend tussen zeven verschillende haltes ontdekten ze samen wat reizen is en welke emoties bij een vertrek of afscheid horen. De centrale vragen waren: "Hoe bereid je je voor? Welke mensen kom je onderweg tegen? Hoe verschillend is deze plek van wat je al kent? Hoe hou je contact met het thuisfront? Waar vind je troost en een veilig onderkomen?" Doorheen de expo kregen kinderen allerlei opdrachten voorgeschoteld, zoals een koffer inpakken, een postkaartje schrijven, of een nieuwe thuis bouwen. De expo verwelkomde tijdens zijn looptijd (25/10/2025 – 4/1/2026) meer dan 12.600 (jonge) bezoekers, met pieken tijdens de herfst- en kerstvakantie. ['Goeie Reis' toont aan dat erfgoed niet in vitrines hoeft te blijven | Red Star Line Museum.](#)

Met deze drie uiteenlopende expo's ('Familiegeluk', 'Cavalier Queer' en 'Goeie Reis') onderzocht het Red Star Line Museum opnieuw de mogelijkheden in de open historische bagageloods van het museum. Naast de programmatie in de loods testte het museum ook een aantal 'extra lagen' in en naast de vaste opstelling tijdens én los van het bezoek, telkens met aandacht voor meerstemmigheid en toegankelijkheid.

Zo stelde het museum de audioguide uit [de tijdelijke expo 'Einstein: een gewilde vluchteling'](#) (2024) ook ter beschikking via het Archief voor het Onderwijs. Het audiomateriaal werd op die manier toegankelijk los van een museumbezoek en rechtstreeks bruikbaar in klasverband. De audioguide was een eerste experiment met dit bezoekersinstrument toegepast op de eigen collectie. Het werd bijzonder positief onthaald door bezoekers (zie bevestigingen en exitpolls). Het team publiekswerking en de freelance gidsen maakten ook een [thearondleiding](#) in de vaste presentatie rond Einstein als blijvend onderdeel van het aanbod. Uit bredere bezoekersbevestigingen zoals het Sentomus-onderzoek blijkt dat een audioguide vaak als gemis wordt benoemd door museumbezoekers. Het museum blijft graag experimenteren met dit format, dat goed aansluit bij een verhalende collectie. Daarom werd op 20 juni 2025 – niet toevallig Wereldvluchtelingendag – de [podcast 'Altijd Onderweg. Vluchtverhalen van vroeger en nu'](#) gelanceerd. Deze podcast, gemaakt in samenwerking met Het Geluidshuis en podcastmaker Anke Van Meer, vertelt zes hedendaagse vluchtverhalen (Fatima uit Afghanistan, Noor uit Syrië, Ivanna uit Venezuela, Fatima uit Soedan, Manar uit Saoedi-Arabië en Yousuf uit Gaza) en één historisch vluchtverhaal: dat van Lita en Morris Moel, twee Joodse kinderen uit Oekraïne die in de zomer van 1922 proberen te ontsnappen aan het geweld in hun thuisland om hun vader in Amerika te vervoegen. Het verhaal van de familie Moel maakt deel uit van de vaste opstelling in het Red Star Line Museum. In het kader van de lancering van de podcast voorzag het museum themarondleidingen over de familie Moel in de vaste collectie. De podcast werd verspreid en gepromoot door de VRT. Vanuit het museum werd er bovendien een sterke marketing- en communicatiecampagne opgezet (zie ook OD 1.3), gelijkwaardig aan die voor een expo of voor een presentatiekans van de verhalende collectie van het museum. In de loods van het museum werd tijdens de zomer een luisterhoek geïnstalleerd waar bezoekers fragmenten konden beluisteren.

De podcast werd zowel door publiek als media positief onthaald. Dat blijkt onder meer uit de volgende recensie: "Anke Van Meer geeft samen met het Red Star Line Museum een bevestigende stem aan de anonieme, vaak tot statistieken gereduceerde mensen uit nieuwsberichten: vluchtelingen. Nu al het podcastpareltje van het jaar, waarin geschiedenis en actualiteit elkaar prachtig vinden." – Knack Focus.

Ook in het domein van audio organiseerde het museum in samenwerking met enkele audiomakers een eerste vooronderzoek in het kader van een versterkte bezoekerservaring op de museumtoren, die vaak overgeslagen wordt of onzichtbaar blijft in het museumbezoek. Voor meer toelichting bij de digitale ontsluiting van de collectie, zie ook OD 2.3.

In september 2025 was het resultaat van het participatieve traject binnen het project 'Tijd om los te laten', een erfgoedproject over participatief collectiebeheer, te zien in een [tijdelijke expo 'Ons Museum', geïntegreerd in de](#)

vaste opstelling van het museum. De tentoonstelling bestond uit twaalf panelen met levensgrote portretfoto's van de twaalf deelnemers. Elke deelnemer koos zelf een plek in de vaste presentatie van het museum met persoonlijke betekenis als achtergrond. Bij elk paneel waren ook een collage en een persoonlijke tekst te zien, gemaakt tijdens de workshops. Samen gaven deze werken inzicht in wat de deelnemers belangrijk vonden om te bewaren, en waarom zij dit wilden delen met anderen.

Verder testte het team publiekswerking expliciet een aantal formats in de museumzalen zelf, zoals een performance van jonge makers rond Internationale Vrouwendag, initiatieven voor Museumnacht en kunstenaars met een vluchtverhaal die muziek of woord brengen in de museumpresentatie in het kader van 'Bar Réfuge' (in samenwerking met In Flanders Fields Museum, zie ook OD 1.4). In dit aanbod, dat toegankelijk was via inschrijving maar ook voor toevallige museumbezoekers, valt een hedendaagse artistieke interventie mooi samen met de betekenisvolle plek in het historisch gebouw of de collectiepresentatie. In het Upper Deck, aan het einde van het museumbezoek, werd ook de werking van de 'maaktafel' verduurzaamd. De inhoud van de maaktafel wordt zowel op de vaste opstelling als op tijdelijke expo's afgestemd en wordt, samen met het Upper Deck, actief ingezet binnen de publieksprogrammatie (zoals bij 'Familiegeluk'). Kinderen kunnen hier zelfstandig en zonder workshopbegeleider aan de slag met een passende opdracht.

Naast de variatie in formats vindt het Red Star Line Museum het belangrijk om zowel aanbod- als vraaggestuurd te programmeren. De programmatie van het museum steunt daarom op vier pijlers:

- drie aanbodgestuurde pijlers: gelinkt aan tentoonstellingen,
 - erfgoedbewustzijn en levenslang leren voor vrije tijd,
- en één vraaggestuurde pijler, waarbij ruimte wordt geboden
 - aan vragen van externe partijen.

De externe vragen en voorstellen komen vanuit verschillende partners en organisaties. In 2025 ging het museum in op verschillende voorstellen van kunstenaars en makers met een migratieverhaal. Dit resulteerde meermaals in een 'migratiesalon', een format waarbij het museum mensen met een migratieverhaal uitnodigt om zelf aan de slag te gaan met hun migratieverhaal en familiegeschiedenis. Het Red Star Line Museum neemt hierbij een faciliterende rol aan. Het doel is mensen samenbrengen en inspireren en intergenerationele ontmoetingen mogelijk maken. Nieuw talent wordt hierbij aangemoedigd om zelf een migratiesalon in het museum te organiseren. De kick-off in mei 2024 werd gehouden met auteurs Aya Sabi ('Half Leven') en Khalid Mourigh ('De Gast uit het Rifgebergte') en omvatte een migratiesalon rond de vertoning van de film 'Gastarbeiders' naar aanleiding van 60 jaar Marokkaanse migratie. Het salon werd geleid door Ayoub Sadik: politicoloog, acteur en theatermaker. In 2025 vonden in totaal vier migratiesalons plaats.

- 'Chinese verhalen' – bij de expo 'Familiegeluk' (19/02/2025) – Maggie Liang is de dochter van Mr. Liang, de chef die de Vlaming Chinees leerde eten en die een doorslaggevende rol speelde in de verspreiding van Chinese restaurants in Vlaanderen. De vader van Ching Lin Pang, antropologe en gastcurator van de tijdelijke expo 'Familiegeluk', ging in de leer bij Mr. Liang en opende in 1969 zijn eigen Chinees restaurant. Zowel Maggie als Lin groeiden op in een Chinese restaurantfamilie. Ze verzamelen en koesteren hun familiegeschiedenis en namen het publiek mee in hun proces.
- 'Kakungu' (15/03/2025) – De vertoning van een meeslepende reportage over identiteit, erfgoed en intergenerationele verbinding volgde de reis van een historisch masker en maakte duidelijk hoe migratieverhalen generaties overstijgen. Na de vertoning was er een gesprek met experts en betrokkenen om het thema verder uit te diepen. Hoe kijken Congolezen, zowel in België als in Congo, naar het thema restitutie? Wat betekent het voor de relatie tussen beide landen? En

wat betekent het voor de generaties die leven met zowel het verleden als de toekomst van dit erfgoed?

- 'Marokkaanse generaties' (04/10/2025) – Dit migratiesalon in samenwerking met SAAMO vzw gaf drie generaties Marokkaanse migratie in Antwerpen een podium. Zowel de eerste generatie gastarbeiders als de tweede generatie en de huidige generatie van jongeren kwamen aan bod.
- 'Generaciones Latinas' (06/12/2025) – Tijdens dit migratiesalon in samenwerking met de Federatie Mondiale en Democratische Organisaties (FMDO vzw) kregen de migratieverhalen van de eerste generatie Latijns-Amerikaanse migranten een podium, met een focus op Chili en Peru. Het salon omvatte onder meer een panelgesprek met Oskar Gonzalez (Colectivo Amorika), Julio Pérez Vargas, politiek vluchteling uit de dictatuur van Augusto Pinochet, en Dalia Basurco.

Ook verhalen-schenkers doen regelmatig voorstellen voor de programmatie. Zo zal een schenker in 2026 een yogasessie in het museum programmeren voor een familiepubliek. Ten slotte zijn er ook grotere samenwerkingspartners met wie het museumteam bottom-up een keuzemenu uitwerkt. Een mooi voorbeeld hiervan zijn de zomerscholen, waarbij kinderen tijdens de zomervakantie speels Nederlands oefenen. Het museum zoekt bij deze initiatieven steeds naar een win-win voor beide organisaties.

Bij de tijdelijke tentoonstelling 'Familiegeluk' bestond de programmatie zowel uit voorstellen vanuit het museum zelf, als vanwege de gastcurator. De programmatie was dus zowel aanbod- als vraaggestuurd:

- Avondopening expo 'Familiegeluk' en theeceremonie
- Sluit-aan-rondleiding met gastcurator Ching Lin Pang
- Familiezondag met kunstenaars uit de expo
- Migratiesalon 'Chinese verhalen' (zie ook OD 1.1)
- 'Gids zoekt groep' (Elke laatste zondag van de maand kan je individueel aansluiten bij een gids) door de expo 'Familiegeluk'
- Familienoeturne inclusief workshop loempia's maken
- Jeugdboekenmaand met voorleessessies van verhalen van schrijvers en illustratoren met Aziatische roots, specifiek gericht op jonge lezers
- Een ontbijtlezing met auteur Curtis Chin
- Het jubileum van de Chinese School in Antwerpen

Door samenwerkingen met input van onderuit bereikt het museum een nieuw én trouw publiek. Dit publiek mengt zich met het reguliere museumpubliek via de gebruikelijke communicatiekanalen, wat bijdraagt aan een bredere inclusie dan bij doelgroepgericht werken. Door de makers van expo's en onderzoekers te betrekken in de brede museumwerking, inclusief voor de publiekswerking en programmatie, ontstaan bovendien nieuwe mogelijkheden voor samenwerkingspartners van onderuit waar soms later op verder gebouwd wordt. Zo pikte het museum de samenwerking met de Chinese School ook op in het kader van de expo 'Taal & Migratie' (zie OD 2.2).

Organisatorisch ontwikkelde het museum intern een flow voor de tweewekelijkse bespreking van de nieuw binnengekomen vragen met medewerkers uit de verschillende afdelingen. Daarbij wordt onder meer aandacht besteed aan de kansen, risico's en haalbaarheid. Daarnaast zorgde het team publiekswerking voor een heldere prijszetting in samenwerkingsformats, in overleg met collega's van de andere musea van de stad Antwerpen.

OD 1.2 Het Red Star Line Museum ambieert in de aanloop naar zijn 15de verjaardag (2028) de vernieuwing van zijn vaste presentatie, met aandacht voor de subtiele balans tussen de particuliere RSL-geschiedenis en het collectieve, universele verhaal van menselijke mobiliteit.

Voor de vernieuwing van de vaste opstelling van het Red Star Line Museum naar aanleiding van de 15de verjaardag van het museum verbreedt en verdiept het museum zijn collectie, zijn gebouw en het daarmee verbonden universele verhaal via enkele tijdelijke tentoonstellingen.

In 2025 waren er twee uiteenlopende eigen tentoonstellingen te zien in de loods van het museum: 'Familiegeluk' en 'Goeie Reis', een samenwerking met Theater De Spiegel (zie OD 1.1). Achter de schermen loopt een participatief traject rond taal en migratie waarvan het resultaat te zien zal zijn in het najaar van 2026 (zie OD 2.2), en de voorbereiding van 'Drifting Belgians', een tentoonstelling over de kwetsbare kant van arbeidsmigratie met gastcurator Mashid Mohadjerin (voorjaar 2026).

Zowel de expo 'Familiegeluk' als de expo 'Drifting Belgians' zoomen in op een specifiek aspect van 'arbeid en migratie' (zie ook OD 3.2). Met Chinees Nieuwjaar (29/01/2025) opende de expo 'Familiegeluk', die uitgewerkt werd in samenwerking met gastcurator, galerijhoudster en antropologe Ching Lin Pang. De expo vertelde de verhalen van drie Chinese pioniersfamilies en hun restaurants in Antwerpen. Deze families introduceerden vanaf de jaren 1950 de niet-Westerse keuken in België en speelden een cruciale rol in de lokale horeca. Bezoekers maakten kennis met de families via hun persoonlijke archieven, hun getuigenissen en nieuw werk van fotograaf Vincen Beeckman. De nauwe band tussen Chinese ondernemers en de horeca beperkt zich uiteraard niet enkel tot Antwerpen. Daarom was er ook werk van de Chinees-Belgische kunstenaars Sarah Yu Zeebroek, Atang en Yingda Dong te zien, en van visueel artieste Von Hyin Kolk uit New York. De expo liep tot en met 4 mei 2025 en verwelkomde in die vier maanden 14.273 bezoekers. Het museum maakte een uitgebreide evaluatie van de tentoonstelling op basis van een door FARO, het Vlaams Steunpunt voor cultureel erfgoed, ontworpen instrument en voerde ook een publieksonderzoek uit bij de bezoekers (zie OD 1.3).

Een volgend luik rond arbeid en migratie is gepland voor eind maart 2026 en zal focussen op de kwetsbare kant van arbeidsmigratie en grensmigratie. Hiervoor werkt het museum samen met kunstenaar Mashid Mohadjerin. De expo 'Drifting Belgians' is geïnspireerd op een artikel geschreven door de voormalig conservator en hoofdonderzoeker van het Red Star Line Museum over illegale Belgische migratie in de jaren '20 van de vorige eeuw. In 1921 lastten de Verenigde Staten de Emergency Quota Act in. Er mocht slechts een beperkt aantal mensen per nationaliteit het land binnen. Dat hield een hele groep mensen echter niet tegen om toch de oversteek te wagen. Mashid Mohadjerin volgde in november 2025 samen met haar team dezelfde route als de migranten destijds. Ze brengt de minder gekende verhalen en de keerzijde van 'The American Dream' op haar eigen manier in beeld. De expo zal door middel van foto, video en installatie een artistieke blik werpen op een historisch verhaal. Tegelijkertijd fungeert de expo als een spiegel die verleden en heden met elkaar verbindt.

Naast deze tijdelijke tentoonstellingen liep achter de schermen de voorbereiding van de vernieuwing van de vaste presentatie van het museum verder. Tegen het einde van deze beleidsperiode zal het museum namelijk 15 jaar open zijn en dringt een opfrissing en actualisering zich op. Door het vertrek van de curator en het hoofd onderzoek van het museum lag de focus minder op de inhoudelijke voorbereiding. Wel werd de hardware in de vaste presentatie waar nodig al vervangen en werd een opfrissing van de tijdslijn bij de start van het museumbezoek opgestart, rekening houdend met tips en bezorgdheden van bezoekers rond taal en terminologie.

Het Red Star Line Museum kampt al jaren structureel met een gebrek aan fysieke ruimte voor zijn programmatie, voor het ontvangen van groepen, voor het zichtbaar maken van de werking rond hedendaags biografisch migratie-erfgoed en voor werkplekken voor het museumteam. In 2024 leek het een optie om de aanpalende Necap-site hiervoor te ontwikkelen, maar in de meerjarenbegroting van de stad Antwerpen konden daarvoor geen middelen worden voorzien. Het overleg met de stad loopt verder om een structurele oplossing te vinden.

OD 1.3 Het Red Star Line Museum breidt zijn toeleidingsstrategie uit met aandacht voor internationale bezoekersgroepen (families en rootstoerisme) en georganiseerde vrije tijd. Dit naast de voortgezette kwalitatieve toeleiding van scholen en individuele bezoekers.

Van 1 januari tot 31 december 2025 bezochten 104.885 bezoekers de vaste en tijdelijke presentatie en de programmatie van het Red Star Line Museum. Dit cijfer ligt iets lager dan in 2024, maar in lijn met 2023. Eigen aan het Red Star Line Museum is een groot bereik in groepen. Het gaat daarbij vaak specifiek om schoolgroepen, en dus een groot aandeel gratis bezoekers. 16.659 bezoekers betaalden in 2025 het standaardtarief, 8.823 bezoekers hadden recht op reductie en 34.387 bezoekers kregen gratis toegang. 14.674 bezoekers, waaronder 10.754 Museumpashouders, werden bereikt via marketingacties. Er werden 996 rondleidingen geboekt, waarvan 477 voor scholen en 200 voor NT2 en inburgering. Met de podcast 'Altijd Onderweg' bereikte het museum ruim 75.000 mensen. Hoewel zij het museum niet fysiek bezochten, bereikten het aanbod en het onderzoek van het museum hen rechtstreeks. Met dit initiatief bereikte het Red Star Line Museum specifiek het doelpubliek van de cultuurconsument, een doelgroep waar het museum ook met het vernieuwde marketingplan verder op inzet (zie verder). Het Red Star Line Museum kan in 2026 verder bouwen op dit bereik.

Om meer inzicht te krijgen in zijn publiek bracht het museum de verschillende bronnen en resultaten rond publieksonderzoek, zowel kwantitatief als kwalitatief, beter in kaart. Om de beschikbare informatiebronnen optimaal te kunnen benutten, stelde het museum een overzicht op van alle kwantitatieve en kwalitatieve data die momenteel in gebruik zijn. Dat overzicht dient als basis om kennislacunes over het publiek te identificeren en een plan van aanpak te ontwikkelen. De verdere uitwerking hiervan gebeurt in eerste instantie via een stage binnen Cultuurmanagement of Kunst- en Cultuurbemiddeling. Binnen diezelfde doelstelling organiseert het museum een kwartaaloverleg waarin de bezoekerscijfers systematisch worden besproken. Tijdens dit overleg analyseert het museum onder meer het (geografisch) bereik van scholen, het aandeel betalende en niet-betalende bezoekers, de verhouding tussen groepen en individuele bezoekers, en de gegevens die door Museumpas ter beschikking worden gesteld. In 2025 namen de hosts (zie ook OD 5.3) van het museum exitpolls af in het kader van de expo 'Familiegeluk'. Het museum nam ook deel aan het Sentomus-onderzoek, museumbreed en op Europees niveau, gebaseerd op een 100-tal participanten die vooral werden bereikt via de website en nieuwsbrief.

Binnen de musea van de stad Antwerpen werd in 2025 een overkoepelend nieuw ticketingsysteem uitgerold. Het museum neemt actief deel aan de projectgroep voor dit systeem en besteedt daarbij specifiek aandacht aan de rapportagefunctionaliteiten en de mogelijkheden tot verfijnde segmentatie. Parallel wordt een kwartaaloverleg met het centrale bookingteam (zie verder) opgezet, zodat het museum nauwer kan aansluiten bij de analyse van groepsbezoeken met gids. Dit is relevant omdat groepen een groter aandeel vormen dan individuele museumbezoekers. Het Red Star Line Museum bereikt het grootste aandeel groepen van alle musea van de stad Antwerpen. Het totale bezoekersbereik wordt sinds 2025 ook in verschillende museumruimtes (hoofdingang, loods, toren, Upper Deck) afzonderlijk in detail gemeten met een nieuwe elektronische teller.

Op het vlak van marketing en communicatie werkt het museum aan een nieuw strategisch marketing- en communicatieplan. De doorstart van het 'marcomteam' is een feit en de eerste fase van het nieuwe plan is afgerond. Het museum werd daarbij bijgestaan door een strateeg van de centrale dienst Ondernemen en Stadsmarketing (zie verder). De nieuwe marketingstrategie kreeg vorm tijdens twee workshops waarbij de museummedewerkers intensief betrokken werden. In het voorjaar van 2026 wordt de kanaalstrategie nog verder uitgediept. Het museum besteedt hierin meer aandacht aan een goede balans tussen betalende bezoekers en de maatschappelijke rol die het speelt. (Financiële) drempels worden hierbij bewust laag gehouden (zie ook OD 5.1). Dit nieuwe strategische marketing- en communicatieplan wordt verder aangevuld met een kanaalstrategie, zodat het museum de verschillende doelgroepen zo efficiënt mogelijk kan bereiken. Daarnaast wordt de strategie vertaald in een nieuwe branding die beter aansluit bij de ambities van het museum. Binnen de doelgroepenstrategie wordt extra aandacht besteed aan georganiseerde vrije tijd, families en Antwerpenaren en internationale bezoekers met interesse in cultuur of migratie. Dat gebeurt onder meer in samenwerking met Visit.

Het Red Star Line Museum zette in 2025 ook verder in op de versterking van zijn positie als familievriendelijk museum. Dat gebeurde onder meer via de expo 'Goeie Reis' (zie OD 1.1 en OD 1.2), waarbij samenwerkingen met culturele ontmoetingscentra en Huizen van het Kind zorgden voor een democratisch bereik. 'Goeie Reis' werd bovendien verder onderbouwd door samenwerkingen met buurtpartners zoals de stedelijke kinderopvang en kleuterscholen, de organisatie van een theatervoorstelling binnen de expo en een studiedag in samenwerking met FARO rond musea en de allerkleinsten. Daarnaast werden extra ruimtes op de beneden- en bovenverdieping aangepakt om de familiebeleving verder te ondersteunen. Zo werd onder meer een borstvoedingsruimte voorzien (zie ook OD 4.2). Het museum voerde bovendien ook experimenten uit met donaties op verschillende locaties in het gebouw om inzicht te krijgen in het geefgedrag van bezoekers en de impact van positionering. Daarnaast was er ook het vaste aanbod voor families. De buggytoers waren meestal uitverkocht, wat de vraag naar een aanbod voor de allerkleinsten bevestigt. Voor kleuters is er het permanente aanbod 'Gup de Meeuw', en kinderen vanaf 6 jaar kunnen het verhaal van Bessie ontdekken in de familieoffers op zaal. Bovendien werden de vaste familiezondagen inhoudelijk geprogrammeerd in het kader van de expo's, met een variatie aan creatieve, gratis inloopworkshops.

Uit bevragingen van groepen (secundair onderwijs, hoger onderwijs en socio-culturele verenigingen) weet het museumteam dat bezoekers voor of na hun museumbezoek graag de buurt verkennen. Het museum wil vooral op die laatste publieksgroep extra inzetten, aangezien het hier over betalende bezoekers gaat. Voor een dagvullend programma is het voor groepen handig om slechts één aanspreekpunt te hebben. Daarom werkte het museum samen met [Antwerp By Bike](#) en [Flandria](#) voor het opstellen van een dagpakket, en lanceerde het ook een [Citatenwandeling](#) langs sporen van de Red Star Line in de stad. Een bijkomend voordeel is dat dit aanbod buiten de museummuren plaatsvindt en dus ook een oplossing biedt voor het ruimtegebrek. Daarnaast ontving het museum een bezoek van [City Hosts](#), in samenwerking met Visit om ervaringen uit te wisselen.

Deze verschillende initiatieven leveren inzichten op in de verhouding tussen groepen en individuele bezoekers, het aandeel betalende versus gratis bezoekers en de behoeften van diverse doelgroepen. Zo dragen ze bij aan een beter begrip van het publieksbereik en vormen ze de basis voor verdere beleidsontwikkeling.

Het museum werkt bovendien samen met buurtpartners en houdt de vinger aan de pols bij wat er op het Eilandje gebeurt. Zo verwijzen baliemedewerkers groepen in de avond naar de ondergrondse parking naast het museum, en grote groepen naar Wolf of Seef voor lunch of vergaderingen in aanvullende ruimtes.

Het museumteam probeert in te gaan op uitnodigingen van buurtpartners en op zoek te gaan naar de win-win van de samenwerking. Het team publiekswerking ontwikkelde ook een actief spel voor groepen in het jeugdwerk en onderwijs ([Marco](#)) om het museum in combinatie met de buurt te verkennen, en onderhoudt actief een [buurtmap](#) met tips van collega's.

In 2025 voerde het Red Star Line Museum drie grote communicatie- en marketingcampagnes, voor drie programmaties:

- Tijdelijke expo 'Familiegeluk'
- Podcast 'Altijd Onderweg'
- Tijdelijke doe-expo 'Goeie Reis'

De verschillende tentoonstellingen en evenementen richtten zich in 2025 op de volledige brede waaier van doelgroepen van het museum, zoals benoemd in het vorige marketing- en communicatieplan van het Red Star Line Museum.

'Familiegeluk' focuste op de rijke geschiedenis, ondernemingszin en ongeëvenaarde arbeidsethiek van de Chinese gemeenschap in Antwerpen en in de wereld (zie OD 1.1 en OD 1.2). Voor het campagnebeeld deed het museum een beroep op een extern communicatiebureau. Het communicatieplan bestond uit paid-, print-, OOH- en digitale media en werd uitgevoerd via de eigen kanalen van het museum en de kanalen van de stad.

Op Wereldvluchtelingendag (20 juni) werd de zesdelige podcastreeks 'Altijd Onderweg' gelanceerd (zie OD 1.1). Het scenario van de afleveringen werd gemaakt in samenwerking met collectiemedewerkers van het museum en Het Geluidshuis. Het Geluidshuis stond in voor de productie. Voor het campagnebeeld van de podcast deed het Red Star Line Museum een beroep op een extern bureau. Het Geluidshuis zorgde voor een licentieovereenkomst met de VRT waardoor de podcast op VRT MAX werd gepubliceerd en met meer dan 75.000 gestarte luistersessies een breed publiek bereikte. Daarnaast bestond het communicatieplan uit betaalde digitale kanalen, eigen digitale kanalen, de kanalen van de stad, en die van partners Het Geluidshuis en Radio 1. Er werden flyers verspreid en in de loods van het museum werd een luisterhoek ingericht. Bovendien werden de lockers voorzien van stickers met een QR-code die naar de podcast leidde.

De derde campagne ontwikkelde het museum samen met een extern bureau en moest de tijdelijke doe-expo 'Goeie Reis' (zie OD 1.1 en OD 1.2) in de kijker zetten. De expo werd door Theater De Spiegel gemaakt en was gelinkt aan de theatervoorstelling 'Battoe'. Het communicatieplan bestond uit paid-, print-, OOH- en digitale media en werd uitgevoerd via de eigen kanalen van het museum, via de kanalen van de stad en via de kanalen van Theater De Spiegel. Daarnaast werden in de stedelijke crèches flyers over de expo verdeeld.

De campagnes leverden volgende publicaties in de media op:

- Expo 'Familiegeluk': 44
- Podcast 'Altijd Onderweg': 4
- Allerjongsten gaan op ontdekkingsreis in het Red Star Line Museum: 9

In totaal waren er in 2025 179 vermeldingen van het museum: 59 in print, 111 online en twee op tv en radio.

Verder ontwikkelde het Red Star Line Museum in 2025 een onderwijsfolder waarin het aanbod voor scholen werd gepubliceerd en verscheen er doorheen het jaar drie keer een familiefolder waarin het aanbod voor kinderen en families centraal stond. Voor het toeristisch onthaal in het Steen en Antwerpen-Centraal ontwikkelde het museum een Engelstalige folder in de vorm van postkaartjes om buitenlandse bezoekers naar het museum te leiden. Voor de migratiesalons ontwikkelde het Red Star Line Museum samen met een extern communicatiebureau een visuele branding zodat de reeks ook op het vlak van communicatie een samenhangend geheel vormde.

In 2025 zette het museum de onlinekanalen verder in om zowel het museum als de programmatie bekender te maken en de community te versterken. De eerste stappen in het traject naar een nieuwe website (Q3 2027) werden gezet. Zo werd er samen met de collega's van het (digitale) collectieteam een workshop opgezet over hoe het museum storytelling wil inzetten op de nieuwe website (zie ook OD 2.3). Het museum werd daarbij bijgestaan door een extern bureau. In 2027 start het traject om een volledig nieuwe website te ontwikkelen die beter aansluit bij de noden van het publiek.

In totaal bezochten in 2025 (tot en met 19 november) 335.529 unieke bezoekers de website van het museum. Vanaf 20 november is er door een programmatiefout bij de websiteleverancier geen data meer beschikbaar. Het aantal websitebezoekers steeg hoogstwaarschijnlijk ten opzichte van de 350.013 unieke bezoekers in 2024. Dat is onder meer te danken aan het grote succes van de doe-expo 'Goeie Reis', die in de laatste weken van 2025 voor een toeloop op het museum zorgde.

De meest bezochte pagina's op de website zijn de Nederlandstalige homepagina (89.115 weergaven), de pagina over tickets en tarieven (15.886 weergaven) en de pagina over wat er te zien en te doen is in het museum (15.627). De hoogst scorende Engelstalige pagina is de Engelstalige homepagina met 6.342 weergaven. De Franstalige

homepagina is de meest weergegeven pagina in het Frans (2.418 weergaven). Voor het Duits is dat de Duitstalige homepagina met 1.351 weergaven. Het gemiddeld aantal pagina's dat een bezoeker per bezoek aandoet, is 1,18. Bezoekers spenderen gemiddeld 30 seconden op de website.

De digitale nieuwsbrief informeert de sympathisanten van het Red Star Line Museum en wordt ook gebruikt als wervend kanaal voor activiteiten en evenementen. Het aantal abonnees neemt nog steeds toe. In 2025 verstuurde het Red Star Line Museum zeven nieuwsbrieven:

Nieuwsbrief	Open rate	Opens	CTR	Clicks	Abonnees
2501	26,6	1435	4,9	265	5463
2502	24,1	1301	2,7	145	5477
2504	23,2	1256	3,9	209	5482
2506	25,1	1358	2,9	158	5504
2509	27,8	1513	5	271	5551
2510	25,4	1383	3,3	180	5536
2512	26	1415	2,6	141	5540
2601	28,1	1530	3,4	186	5539

Het aantal volgers van de Facebookpagina van het museum steeg van 15.946 naar 16.073. Er verschenen in 2025 120 posts, wat neerkomt op gemiddeld 10 posts per maand. Dat is een stijging ten opzichte van vorig jaar, toen 101 posts werden gepubliceerd. Het museum bereikte in 2025 331.053 mensen via de Facebookpagina. Het aantal volgers van de Instagrampagina van het museum steeg van 3.089 naar 3.816. Er verschenen in 2025 108 berichten en 438 verhalen op Instagram, ten opzichte van 62 berichten en 204 verhalen in 2024. Met de Instagrampagina bereikte het museum 143.269 mensen

Voor de marketing en communicatie van het Red Star Line Museum kon het museum in 2025 rekenen op de dienst Ondernemen en Stadsmarketing (OS). Binnen het OS Kernteam Cultuur en Beleving zijn een halftijdse brand manager en een voltijds communicatieverantwoordelijke actief voor het museum. Zij worden bijgestaan door de specialisten 'verkoop en ticketing' van het OS Kernteam Cultuur & Beleving van de stad Antwerpen. Via de centrale dienst OS kreeg het museum ook ondersteuning van de gespecialiseerde clusterteams Pers, Evenementen en Campagnes.

OD 1.4 Het Red Star Line Museum wisselt actief expertise en ervaringen uit met nationale en internationale netwerken van erfgoedinstellingen rond 'lieu dé memoires' en/of betrokken bij het thema migratie.

Het Red Star Line Museum is actief in verschillende netwerken, zowel met betrekking tot de brede museale werking als rond specifieke topics, en dat zowel nationaal als internationaal.

Er loopt al meerdere jaren een structurele uitwisseling tussen het Red Star Line Museum en de collega's van de Kazerne Dossin, het In Flanders Fields Museum en het Museum Dr. Guislain: allemaal musea op een *lieu de mémoire* met een beladen thema. Net als de voorbije jaren kwam dit lerend samenwerkingsverband ongeveer elke drie maanden samen. Naast de bijeenkomsten met alle vier de musea zijn er ook bilaterale samenwerkingen. Met het Museum Dr. Guislain draaien die samenwerkingen voornamelijk rond welzijn (zie ook OD 4.1), met het In Flanders Fields Museum (IFFM) rond onderzoek.

Het Red Star Line Museum is partner en zetelt in de stuurgroep van het erfgoedproject 'Ontheemd', een project rond de landelijke inventarisatie van het vluchtelingenerfgoed met betrekking tot WOI. Het museum organiseerde op 18 december in die context samen met het IFFM het concept 'Bar Réfuge', een avond in het museum met getuigenissen over vluchten, vroeger en nu. Daarnaast is het museum partner in het hieraan gelieerde internationale onderzoeksproject 'Asylum' (Universiteit van Huddersfield en Universiteit Utrecht), over de mentale gezondheid van Belgische vluchtelingen tijdens WOI.

Het Red Star Line Museum is ook partner in de projecten 'Aan tafel', rond culinair erfgoed en migratie in de Roemeense gemeenschap, 'Bridge Stories' van Cinemaximiliaan (Kunstendecreet) samen met Arenberg, en 'HomeFrames', een onderzoeksproject rond amateurfilm en migratie (Fonds Wetenschappelijk Onderzoek Vrije Universiteit Brussel en Universiteit Antwerpen). Daarnaast zet het museum in op het werken met *oral histories*, zoals in (de klankbordgroep van) het project 'Creatieve Ateliers' (Museum Dr. Guislain).

Het museum deelde zijn expertise rond *oral history* en het ethisch-juridisch luik van biografisch erfgoed ook via publicaties in FARO magazine (themanummer mondelinge geschiedenis, december 2025) en een ([in het Engels beschikbare](#)) handleiding 'Gevoelige verhalen' op de website die werd gedeeld via de nieuwsbrief van het Network of European Museums Organizations (NEMO). Daarnaast namen medewerkers van het museum deel aan activiteiten en symposia van het FARO Lerend Netwerk Mondelinge Geschiedenis en het Nederlandse netwerk Spreekende Geschiedenis.

Het museum geeft ook regelmatig advies aan sectorpartners rond werken vanuit een *lieu de mémoire* en migratie. Voorbeelden hiervan zijn de nieuw te ontwikkelen Limburgse mijnbeleving [Mineset](#), waarvoor de directeur zetelt in een adviescommissie, en Fenix, het nieuwe kunstmuseum over migratie in Rotterdam dat in 2025 de deuren opende, aan wie het Red Star Line Museum de voorbije zowel op gebied van collectie als participatie adviseerde.

De directeur van het Red Star Line Museum is sinds eind 2025 voorzitter van het landelijk Museumoverleg en vertegenwoordigt dit overleg ook in de strategische adviesraad van het beleidsdomein Cultuur, Jeugd, Sport en Media (SARC). Het museum maakt bovendien ook deel uit van de werkgroep 'Musea en Maatschappij' binnen het Museumoverleg.

Internationaal is er een structurele uitwisseling met de International Coalition of Sites of Conscience, waarvoor het Red Star Line Museum de administratie als Europese secretariaat op zich neemt. 2025 werd helaas gekleurd door de besparingen van de Amerikaanse overheid, die ook het personeel van de coalitie met de Verenigde Staten als thuisbasis zwaar troffen.

Het museum is al meerdere jaren actief in de Association of European Migration Institutions (AEMI) en organiseerde tijdens het jaarcongres 'Migration, Gender and Generations' in Essen, Duitsland in 2025 een workshop naar aanleiding van 'Tijd om los te laten', het erfgoedproject over participatief collectiebeheer (zie OD 2.1). In de context van dit erfgoedproject deed het team ook internationale veldwerkbezoeken in Denemarken (Farum), Duitsland (Keulen) en Nederland (Amsterdam, Rotterdam).

Het museum was betrokken bij het Europese CERV-project FeMigLab en nam actief deel aan meerdere internationale workshops. In februari ontving het museum de werkgroep en projectpartners voor de tweede workshop, met als onderwerp onder meer de collectie, methodieken en ethische kaders rond *oral history*. Daarnaast nam het museum deel aan de derde workshop in Krakau en de vierde workshop in Solingen, waar verder werd gewerkt aan de ontwikkeling van het online FeMigLab-platform en aan een intersectioneel narratief over vrouwelijke arbeidsmigratie. Voor dit traject bracht het museum, onder meer via de tool 'Gevoelige Verhalen', expertise in rond *oral history* en de zorgzame omgang met persoonlijke verhalen. Het museum verrichte bovendien ook het voorbereidend werk voor de latere ontsluiting van een verhaal uit de eigen collectie met het oog op een breder, ook internationaal bereik (zie ook OD 3.2).

Strategische Doelstelling 2. Het Red Star Line Museum als ‘verzamelplek’

Het Red Star Line Museum is een duurzame en ethische ‘verzamelplek’ van een groeiende collectie biografisch migratie-erfgoed van de RSL-periode tot vandaag. Het museum werkt daarbij aan een actieve toeleiding en betrokkenheid van zijn (nieuwe) erfgoedgemeenschappen.



Wissel in de vaste presentatie © Lucid

OD 2.1 Het Red Star Line Museum verscherpt zijn collectieprofiel dat richting geeft aan een structurele, coherente, realistische collectieopbouw die uniek is in Vlaanderen en complementair met deze van andere erfgoedinstellingen.

Het museum werkte in het najaar van 2025 aan een herwerking van het bestaande collectiebeleidsplan. Hiervoor werd een traject uitgezet onder begeleiding van Levuur, een organisatie gespecialiseerd in participatie, co-creatie en stakeholderbetrokkenheid. Het team dacht grondig na over de manier waarop hedendaagse migratieverhalen op een ethische en zorgzame manier verzameld en bewaard kunnen worden. Ook de selectiecriteria werden herbekeken en uitgebreid, met speciale aandacht voor de collectie hedendaagse migratieverhalen en intergenerationele perspectieven. In 2026 wordt er een participatief traject met gemeenschappen uitgezet om de leidende inhoudelijke thema's voor het hedendaags verzamelbeleid en het volgende beleidsplan te bepalen.

De eerste conclusies uit het project 'Tijd om los te laten. Participatief beheer van museale collecties rond migratie (TOLL)' werden meteen mee geïntegreerd. Dit traject heeft namelijk als doel de participatieve manier van werken van het museum te verankeren en te verduurzamen in de collectiewerking: van het verzamelen tot de registratie en het beheer van biografisch migratie-erfgoed met aandacht voor de wensen en keuzes van de schenkers van een persoonlijk migratieverhaal.

Het museum kan een beroep doen op Vlaamse erfgoedprojectenmiddelen voor de financiering van een projectmedewerker en van een partnerschap rond creatieve en trauma-sensitieve workshops om zo het erfgoedbewustzijn van mensen met een migratieachtergrond te verhogen. Het doel is om mensen met een migratieachtergrond actiever te betrekken bij alle aspecten van het collectiebeheer, en de museale procedures waar nodig aan te passen in het kader van *shared authority* en de waarde van emoties bij erfgoedwaardering.

De collectie werd verder geregistreerd in Adlib/Axiell Collections. Bij de registratie van en overeenkomsten rond verhalen en interviews werd extra aandacht besteed aan het juridisch kader (zie ook OD 2.3). Specifiek voor de collectie biografisch (migratie-)erfgoed werd tijdelijk een deeltijdse medewerker aangeworven om extra metadata aan te vullen met betrekking tot de interviews en persoonlijke dossiers. Die werden deels in een aparte Excellijst genoteerd, en deels geregistreerd via koepelrecords in Adlib/Axiell Collections.

In 2025 verwierf het museum 77 nieuwe objecten. Daarbij gaat het over een heel aantal schenkingen, waaronder een grammofoon en 33 bijhorende platen. Daarnaast vonden er vier interviews plaats over hedendaagse migratie uit India, Portugal, Roemenië en Bolivia. In het Roemeense voorbeeld experimenteerde het museum met een intergenerationeel format, waarbij moeder en dochter samen kookten als deel van het interview. Het Indiase en Portugese verhaaltraject kenden nog een vervolg met de collectieschenking van een kookpot en expo-bruikleen van een kledingstuk. Bovendien werden de verhalenschenkers betrokken in de programmering van het museum, zoals het Migratiefestival, en bij het opstellen van een artikel voor de sector (FARO magazine december 2025). Binnen het project 'Tijd om los te laten' (fase 1) werden ook verschillende verhaaltrajecten opgestart of verdiept met mensen die deelnamen aan het participatieve luik. Eén van de deelnemers die eerder al haar verhaal aan het museum schonk, engageerde zich na afloop van fase 1 ook om enkele objecten, waaronder een thee-set, aan het museum te schenken. Ze wilde deze overdracht in co-creatie met het museum via een videoregistratie vormgeven, om zo ook de immateriële kennis en praktijken rond de objecten te kunnen meegeven.

Een jobstudent werkte in het voorjaar verder aan de inventarisatie en het hernemen van een deel van de langdurige bruikleen (objecten met betrekking tot de rederij) van de Vrienden van de Red Star Line vzw. Ongeveer 30% van de inventarisatie werd voltooid. Daarnaast werkte een vrijwilliger in het voorjaar verder aan het opschonen van de papieren objectdossiers.

Tijdens de migratiesalons (zie OD 1.1) gecoördineerd door het team collectie en onderzoek en het team publiekswerking worden thema's en contacten voor toekomstige collectie-interviews en schenkingen verkend. De salons zijn voor potentiële verhalenschenkers een veilige plek om kennis te maken met de museumwerking en de ervaringen van anderen met vergelijkbare verhalen. Bovendien is het voor hen een gelegenheid om focus aan te brengen binnen hun persoonlijke onderzoek – al dan niet in samenwerking met het collectieteam.

OD 2.2 Het Red Star Line Museum ontwikkelt op basis van zijn opgebouwde expertise rond transversale participatie nieuwe trajecten en instrumenten om erfgoedbewustzijn bij zijn (potentiële nieuwe) erfgoedgemeenschappen te vergroten.

In 2025 bleef participatie een centraal uitgangspunt binnen het Red Star Line Museum. Bestaande trajecten werden verdiept en nieuwe participatieve initiatieven kregen vorm om het erfgoedbewustzijn bij bestaande en nieuwe erfgoedgemeenschappen te versterken (zie ook OD 4.1). Vanuit zijn opgebouwde expertise rond transversale participatie ontwikkelde het museum verschillende lange en korte trajecten waarin verhalen, herinneringen en ervaringen worden verzameld, gedeeld en zichtbaar gemaakt.

Het traject 'Onze Tuin' - ontstaan binnen het project 'Heimwee' waarbij vrouwen stilstaan bij hun migratieverhaal bij de aanleg en het onderhouden van een tuin samen met Permeke en SAAMO- werd verdergezet. De wekelijkse bijeenkomsten van de vrouwengroep op donderdagochtend trokken telkens tussen 12 en 25 deelnemers. De bredere achterban uit de WhatsAppgroep bestond uit ongeveer 50 vrouwen. De tuin groeide zoals steeds organisch vanuit verhalen, herinneringen en heimwee. Filmmaakster Lieve Willekens maakte een sfeerbeeld waarin de vrouwen zelf aan het woord komen (<https://youtu.be/jk7iq0TAwDs>). De opleiding Curatorial Studies van de Universiteit Antwerpen volgde het traject verder op en onderzocht het gemeenschapsgevoel binnen de groep. De werking vond daarnaast aansluiting bij meerdere publieks- en reflectiemomenten, waaronder de studiedag rond vrouwen in de publieke ruimte die 80 deelnemers bereikte. De vrouwen namen ook deel aan het Vertelfestival in Permeke en aan het stadsfestival van de diaspora op 20 september. In de loop van 2025 startten bovendien de

verkennde gesprekken voor een boekproject samen met de vrouwen, waarin de centrale vraag "Wat is thuis?" wordt onderzocht. De publicatie is voorzien voor eind 2026.

De [migratiesalons](#) kregen in 2025 een extra duwtje in de rug dankzij bijkomende middelen van de subsidielij 'Iedereen Verdient Vakantie' van Toerisme Vlaanderen. Het museum faciliteerde ontmoetingsmomenten waarin persoonlijke migratieverhalen, intergenerationele verbinding en (h)erkenning centraal stonden. In samenwerking met verschillende gemeenschappen, zoals de Marokkaanse en Turkse (gastarbeiders), Congolese (koloniale archieven), Latijn-Amerikaanse (liefde, studies, politieke context) en Chinese (in het kader van de expo 'Familiegeluk'), bereikten de salons een totaal van ongeveer 300 mensen. Daarnaast werd nieuw talent ondersteund en werden deelnemers aangemoedigd ook zelf migratiesalons te organiseren (zie ook OD 1.1).

De 'heimweekast', die deel uitmaakte van de participatieve expo 'Heimwee. Van troost tot trots' (2024), reisde ook in 2025 verder rond als participatief middel dat uitnodigt tot reflectie over heimwee en thuiskomen. In Gent vormde de kast de aanleiding voor de expo 'Heimwee' in samenwerking met Museum Dr. Guislain en Wijkgezondheidscentrum De Kaai, inclusief een extra toonmoment op 25 maart en de voorstelling van het boek 'De kunst van het verbinden'. In totaal namen ongeveer 500 bezoekers deel. In Amsterdam verbleef de kast drie maanden bij [Imagine IC](#), waar ze dankzij haar centrale locatie in de openbare bibliotheek een groot bereik van zo'n 2.667 bezoekers kende. Er werd een interne workshop georganiseerd voor zeven medewerkers, een workshop voor de achterban met twaalf deelnemers, en een afsluitende denkdag rond 'thuiskomen' en erfgoedpraktijken binnen een polariserende maatschappij. De verzamelde inzichten worden in 2026 gebundeld in een artikel of andere presentatievorm. De kast keerde in oktober terug naar Antwerpen en vond in december een plek in het Werkhuys in Borgerhout, waar zo'n 300 bezoekers langskwamen. In 2026 wordt de kast ingezet bij Stormkop. De focus daar zal liggen op welzijn en anderstalige nieuwkomersjongeren.

Naast deze langere trajecten realiseerde het museum ook kortlopende participatieve projecten. Voor Vrouwendag werd een jongerenproject rond dans en woord ontwikkeld onder leiding van Nina Plantefève-Castryck, met een slotpresentatie in het museum en een succesvolle herneming tijdens Museumnacht. Daarnaast werd een traject rond moederschap georganiseerd met kunstenaar Luisa Bernal, waarin vrouwen met migratieroots in zes sessies werkten rond de vaak onzichtbare verhalen over moederschap (zie OD 3.4).

Het museum deelde zijn opgebouwde kennis in 2025 uitgebreid met de sector. Zo gaf het een vormingssessie rond reminiscentie en heimwee binnen het traject van TOON, de landelijke erfgoeddienstverlener rond zorg en welzijn. De inhoud werd ook in een video vastgelegd zodat erfgoedprofessionals ze breed kunnen raadplegen (zie [Vormingstraject 'Hoe zet je kunst en erfgoed in voor welzijn?' Zes methodieken voor verbinding · Toon](#)).

Verder nam het museum deel aan de internationale Winter School Cultural Heritage & Wellbeing (4 februari), en gaf het lezingen, gastlessen en bijdragen aan verschillende conferenties. Voorbeelden daarvan zijn onder meer het Kunstoverleg (16 januari), opleidingen transculturele studies van de centra geestelijke gezondheidszorg (3 april), panelgesprekken van Linc vzw, gastlessen aan de Karel de Grote Hogeschool Antwerpen en Katholieke Universiteit Leuven, de Heimwee Summerschool van Odicee (4 juli) en de studiedag Op Til (14 oktober).

Op de internationale ISA-conferentie in Rabat tijdens de zomer sprak het museum over het verzamelen en presenteren van Marokkaanse migratieverhalen, en de Sophia vzw-conferentie in Brussel (13 november) belichtte de werking van 'Onze Tuin' binnen genderstudies.

Na het traject rond heimwee werkt het museum aan een volgend groot participatief traject. Binnen het participatief project 'Taal & Migratie' trekt het museum twee jaar lang de stad in op zoek naar de rol van taal in migratie. 2024 stond in het teken van verkenning en onderzoek, netwerking en prospectie. In 2025 ging de samenwerking met [Kunst in Zicht](#) en verschillende taalgemeenschappen van start. Inhoudelijk zal het museum samen met erfgoedgemeenschappen en kunstenaars volgende vragen onderzoeken:

- Wat is de taal van migratie?
- Vinden we de woorden om te zeggen wie we zijn en waren?
- Kan je aarden in een nieuwe taal?
- In welke talen zijn mensen thuis?
- Welke moedertalen klinken in de stad en worden doorgegeven aan de volgende generaties?
- Vinden mensen elkaar in (nieuwe) woorden? Of juist niet? En hoe dan wel?
- Welke emotionele reis legt taal af?
- Hoe reflecteert taal de realiteit en de machtsverhoudingen rond migratie?

In 2026 landt dit verhaal in de loods, in het museumaanbod en bij partners in de stad.

Van 19 november tot en met 11 april zal er een tijdelijke tentoonstelling in het museum te zien zijn met de resultaten van de drie participatieve/kunsteducatieve trajecten. Die zal onder meer bestaan uit taal oefenplekken waar Nederlands of andere moedertalen worden geoefend, collectiestukken rond het thema (uit de historische én hedendaagse collectie biografisch migratie-erfgoed) en twee hedendaagse videokunstwerken.

OD 2.3 Het Red Star Line Museum ontwikkelt en implementeert een ethisch en duurzaam kader voor (digitaal) collectiebeleid (visie, infrastructuur, instrumenten en processen).

Het digitale collectiebeleid van het museum maakt deel uit van bredere oefeningen, zowel binnen het eigen museum (digitale strategie en het verscherpte collectieprofiel en collectieplan, zie ook OD 2.1), als binnen de uitbouw van de digitale infrastructuur van de Antwerpse museumgroep. Samen met de andere pijlers van de afdeling Cultuur zetten de Antwerpse cultureel-erfgoedinstellingen voluit in op de digitale transformatie. Die focust enerzijds op een kwaliteitsvolle en gebruiksvriendelijke digitale werking, en anderzijds op de nood om de (inter)nationale ambities en beleidsdoelstellingen als cultureel-erfgoedinstelling te realiseren.

Op het vlak van de uitbouw van de digitale infrastructuur realiseerde het museum in 2025 de volgende elementen:

- In 2024 werd een eerste versie van de Datahub opgeleverd. Die Datahub brengt de gegevens van de verschillende collectiesystemen samen via semantische webtechnologie en standaarden zoals CIDOC-CRM. Half 2025 kantelde het beheer van de Datahub van de IT-organisatie naar Behoud en Beheer. Die startte een analyse om in kaart te brengen hoe de centrale kern van de data-infrastructuur professioneel beheerd kan worden. Belangrijke punten daarbij zijn het streven naar robuuste datapijplijnen, het operationaliseren van API's, en de opzet van een duidelijke beheerstructuur met kosten, stakeholders en documentatie.
- Een nieuwe versie van het DAMS werd uitgerold op een meer veilige en performante infrastructuur met vereenvoudigd rechtenbeheer. Naast de softwareontwikkeling omvat het project de migratie van ongeveer 2,2 miljoen assets van het oude naar het nieuwe systeem. Deze migratie, inclusief opschoningsoperatie, loopt door in 2026.
- In 2025 bouwde het museum een formeel applicatiebeheer uit voor de ERA-app. De werkwijze van dit project zal als basis dienen om een gelijkaardige manier van werken te realiseren voor andere museum- en erfgoedapplicaties. De belangrijkste elementen van het functioneel beheer zijn onder meer het (key) user-overleg, het verzamelen en prioriteren van doorontwikkelingen, het systematisch en gedocumenteerd testen van vernieuwingen, en regressietesting: het hertesten van bestaande functies bij elke nieuwe softwareversie.

Overkoepelend was er ook de heropstart van het registratorenoverleg met als doel principiële afspraken te maken over de registratie van collectiestukken, inclusief digitaal beeldenbeheer. De principiële afspraken zijn waar mogelijk niet gebonden aan het collectiebeheersysteem of CBS, aangezien nog niet alle deelnemende huizen zijn gemigreerd naar MuseumPlus, de nieuwe Vlaamse Erfgoeddatabase (binnen de stad ook bekend als het

Eengemaakt Collectiebeheersysteem). Het Red Star Line Museum volgde alle MuseumPlus-ontwikkelingen van ontwikkelaar meemoo op de voet. Het museum woonde hiervoor de infosessie van meemoo bij en neemt consequent deel aan het nieuwe Tactisch Overleg Digitale Transformatie MNE, het overkoepelende tactisch overleg rond digitale transformatie voor de musea van de stad Antwerpen.

Specifiek voor de eigen collectie voerde het museum verkennend werk uit naar het potentiële gebruik van ArchivesSpace en Arches voor het beheer en de ontsluiting van haar niet-materiële collectie biografisch migratie-erfgoed. Daarvoor vond onder meer een verkennend overleg plaats met het Letterenhuis. Het stedelijk beleid en de prioritering bij Digipolis lieten in 2025 echter niet toe dat er nieuwe projecten werden opgestart. Dit zal vermoedelijk tot minstens 2027 het geval blijven. Het museum blijft in de tussentijd verder op zoek naar oplossingen voor de digitale ontsluiting van de collectie biografisch migratie-erfgoed.

Daarnaast zet het museum ook in op de ontsluiting van de collectie via de eigen website. Het museum ontving via de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience een restsubsidie van de Vlaamse overheid in het kader van een heroriëntering van een digitaliseringsproject van de Gazette van Detroit, de belangrijkste Vlaamse krant in de VS. De geplande digitale ontsluiting van bronmateriaal over de Red Star Line, migratie, en de Vlaamse gemeenschap in de VS liep ter plaatse vast. Na overleg met de Erfgoedbibliotheek en aanvullende partner ADVN werd beslist de subsidie in te zetten voor een aanwerving van een digitaal curator in 2025. De gepubliceerde verhalen op de website werden daarbij herbekeken in functie van de collectie en verwijderd waar nodig. Er werden enkele historische en hedendaagse migratieverhalen herschreven voor toekomstige publicatie en ook andere collectiepagina's op de website werden opgefrist ter voorbereiding van de toekomstige nieuwe museumwebsite. Dit project loopt ook in 2026 verder (zie ook OD 1.3). Daarnaast werkt het Red Star Line Museum dankzij voorbereidend collectiewerk mee aan [FAAM, het Virtueel Museum van Vlaanderen](#).

Het museum wil ook intern de collectieontsluiting vereenvoudigen door in te zetten op tekstherkenningssoftware. De software, Transkribus, wordt gebruikt om brieven en postkaarten uit de collectie inhoudelijk te transcriberen, zodat de inhoud eenvoudiger bekeken en doorzocht kan worden. Het museum deed in de loop van het jaar verkennend onderzoek, onder meer in de vorm van een inspiratiesessie bij Museum Plantin Moretus, en stapte eind 2025 mee in het stadsbrede abonnement op Transkribus.

Het museum stond in voor de zorgvuldige registratie en opvolging van biografisch migratie-erfgoed en de bijhorende documentatie, zowel bij nieuwe aanwinsten als bij de retrospectieve aanvulling en actualisering van bestaande registraties. Hierbij werden privacyovereenkomsten opgesteld, geactualiseerd en administratief verwerkt, zodat de rechten, bewaartermijnen en gebruiksvoorwaarden juist geborgd blijven. Het museum stelde ook de ontsluiting van de collectie verder op punt, in nauwe afstemming met de schenker en met de interne processen rond archivering, toepassing en toegankelijkheid. Externe beeldaanvragen werden behandeld en juridisch gecontroleerd. Daarbij werden telkens de relevante rechten nagegaan.

Twee privébruiklenen van bepaalde duur werden omgezet naar een bruikleen van onbepaalde duur. Daarnaast werd een terbeschikkingstellingsovereenkomst opgesteld voor alle objecten die het Red Star Line Museum beheert van het MAS.

Het Red Star Line Museum zette het afgelopen jaar verder in op de kwaliteitsvolle en duurzame bewaring van de collectie in de depots en in de museumzalen (zie ook OD 2.4). Het klimaat op zaal blijft een permanent aandachtspunt en wordt voortdurend gemonitord. Een grondige conservatiebehandeling vond plaats voor een scheepsplan en voor de grammofoon uit de vaste opstelling. Er werd een stappenplan opgesteld voor het gebruik van textiel op zaal bij publieksactiviteiten, voornamelijk met betrekking tot tapijten. Zo kunnen de afdelingen publiekswerking en bezoekerservaring zelf een risicoanalyse uitvoeren.

OD 2.4 Het Red Star Line Museum werkt als collegiale partner van de Antwerpse museumgroep mee om het behoud en beheer van de collectie en de depotwerking verder te versterken

De overkoepelende dienst Behoud en Beheer (zie ook Extra rapportering met betrekking tot de aandachtspunten geformuleerd bij de beheersovereenkomst, puntje 4.) is een belangrijke partner voor de Antwerpse museumgroep en het Red Star Line Museum, onder meer voor depotbeheer, art handling, conservatie en restauratie, veiligheid (zie ook OD 4.2) en digitale collecties (zie ook OD 2.3). Voor elk van deze activiteiten is er een gespecialiseerde afdeling.

2025 stond voor Behoud en Beheer (B&B) in het teken van intensieve collectieverhuisbewegingen, depotoptimalisaties en een structurele professionalisering. Voor het Red Star Line Museum hebben vooral de initiatieven die betrekking hebben op transversale ondersteuning, scenografie, digitale infrastructuur (zie ook OD 2.3) en veiligheid (zie ook OD 4.2) een rechtstreekse impact.

Het Red Star Line Museum maakt, net zoals de andere musea, gebruik van de dienstverlening van Behoud en Beheer via het onlineticketsysteem Fresh Service, en dat onder meer voor art handling, restauratie, digitalisering, depotbeheer en ondersteuning op het vlak van museale veiligheid. Door de reorganisatie en uitbreiding van het team met een art handler, schrijnwerker, datamodelling-analist en restaurator papier/boek kan de ondersteuning op maat van musea zoals het Red Star Line Museum nog efficiënter en specialistischer verlopen.

Het team vormgeving was in 2025 partner bij de tijdelijke tentoonstelling 'Familiegeluk' en verzorgde mee de scenografie en productie. Dat betekent dat het Red Star Line Museum rechtstreeks profiteerde van:

- de expertise van het vormgevingsteam in duurzame, herbruikbare presentaties;
- de efficiëntiewinst door het gebruik van SolidWorks;
- het overkoepelende productieoverleg waarmee middelen en kennis gedeeld worden tussen musea.

Het team art handling zorgde voor logistieke en technische ondersteuning voor tentoonstellingen, wissels, transporten en presentatie-opdrachten.

Ook voor het Red Star Line Museum en zijn groeiende collectie zijn de optimalisaties in de centrale depots cruciaal. De opwaardering van depots door Behoud en Beheer (zoals ex-KMSKA bij Katoen Natie) en de herinrichting van honderden objecten zorgt voor betere bewaarcondities. De professionalisering rond registratie, IPM, standplaatsbeheer en transportplanning heeft impact op alle musea die objecten in depot bewaren of tijdelijk uitleenen.

Strategische Doelstelling 3. Het Red Star Line Museum als 'leerplek'

Het Red Star Line Museum versterkt zijn functie als 'leerplek' voor bezoekers en erfgoedgemeenschappen om te reflecteren en in dialoog te gaan over het (beladen) thema 'migratie'.



NT2-rondleiding in het museum © Wim Hadermann

OD 3.1 Het Red Star Line Museum versterkt zijn band met het onderwijs door innoverende erfgoed educatieve samenwerkingen met partners binnen en buiten de museummuren.

Onderwijs is doorheen de jaren een belangrijke partner geworden voor het Red Star Line Museum. In 2025 werden 477 rondleidingen geboekt door scholen (ongeveer de helft voor het secundair onderwijs, meer dan 170 voor het lager onderwijs) en 200 voor NT2-volwassenenonderwijs. Het museum verwelkomde meer dan 12.000 leerlingen secundair onderwijs, 4.456 leerlingen lager onderwijs en 216 kleuters. 1.487 tickets werden verkocht aan studenten hoger onderwijs en 2.145 leerkrachten bezochten het museum in schoolverband. Binnen Antwerpen bereikte het museum 95 van de 304 onderwijsinstellingen en buiten Antwerpen 321 onderwijsinstellingen. Voor het secundair onderwijs bereikte het museum de helft van alle Antwerpse scholen, voor het hoger onderwijs 75% en voor het volwassenonderwijs zelfs meer dan 87%.

Het onderwijsaanbod wordt breed ingezet en omvat verschillende formats: van lesvoorbereidingen en materialen voor naverwerking tot museumbezoeken met of zonder gids en thematische lesreeksen rond onderwerpen zoals vluchten, liefde en migratie of rootszoekers. Het aanbod varieert in tijdsinvestering, van korte sessies van 1,5 uur tot dagprogramma's en mogelijkheden voor projectweken. Bovendien sluiten de opties aan bij de beschikbare voorbereidingstijd van leerkrachten: zij kunnen kiezen tussen kant-en-klare rondleidingen of lespakketten, of zelf aan de slag gaan met de audiovisuele collectie om eigen lesmateriaal te ontwikkelen.

Het museum plande specifiek voor leerlingen binnen de B-stroom een reeks initiatieven die inspelen op het thema arbeid en migratie. Wegens een verschoven expo-planning werden die in 2025 echter niet ontwikkeld. Deze ambitie wordt meegenomen verder in de beleidsperiode, samen met de opzet van piloottrajecten voor het onderwijs die

het museumbezoek koppelen aan voorbereidende en verwerkende activiteiten. Het museum wil daarbij systematisch de impact van deze trajecten op leerlingen en begeleiders onderzoeken. Daarnaast bereidt het museum een welzijnsbevraging voor. Die zal starten bij de workshop 'Heimwee' voor NT2-onderwijs, waarbij impactmetingen worden uitgewerkt in samenwerking met expert in erfgoed en welzijn Bart De Nil. Dit traject moet inzicht bieden in de emotionele en educatieve effecten van het thema op de verschillende doelgroepen.

Het museum gaat zorgvuldig en met aandacht om met vragen op maat vanuit het onderwijs. Zo deelde het team op social media een project waarbij leerlingen van het vijfde leerjaar een eigen tentoonstelling samenstelden, maakte een klas een salontafeltje voor de ontvangstruimte en ondersteunde het museum een klas die een podcast ontwikkelt rond migratieverhalen.

Het team blijft inzetten op onderwijsvernieuwingen, studiedagen en relevante netwerken, zoals het lerend netwerk secundair onderwijs in samenwerking met FARO, en was ook opnieuw partner bij de Geschiedenis Olympiade. Het museum investeert bovendien verder in een uitgebreid aanbod digitaal lesmateriaal. Door materiaal gericht te ontwikkelen, het te koppelen aan relevante bronnen en het actief te verspreiden via onder meer KlasCement, realiseert het museum een breed en duurzaam bereik. Parallel hieraan werkt het Red Star Line Museum aan de digitale ontsluiting via het Archief voor Onderwijs. Zo wordt onder meer het videomateriaal uit de vaste opstellingen breder beschikbaar gesteld (zie ook OD 2.3).

Het museum bereikt ten slotte een sterk en divers publiek binnen het hoger onderwijs. Verschillende instellingen maken intensief gebruik van het aanbod, waaronder AP Hogeschool, Karel de Grote Hogeschool (Kleuteronderwijs en Sociaal Werk), Odisee, CVO Vitant, Thomas More, de Universiteit Antwerpen (Cultuurmanagement en Erfgoedstudies) en de Arteveldehogeschool. Deze samenwerkingen bevestigen de rol van het museum als relevante partner binnen het academische en professionele onderwijsveld. Verschillende groepen uit het hoger onderwijs maakten in 2025 gebruik van de loods als open klaslokaal. Zo koppelde de opleiding Vertaalwetenschappen aan de Universiteit Gent een les aan een museumbezoek met haar studenten en kregen de studenten Kunst- en Cultuurbemiddeling van de Karel de Grote Hogeschool in de loods van het museum een trainingsvak rond interactief rondleiden voor NT2'ers.

OD 3.2 Het Red Star Line Museum heeft zijn onderzoeksstrategie uitgewerkt en uitgerold.

Om de onderzoeksvisie en het onderzoeksbeleid van het museum verder op punt te stellen, werd een opdracht gegund aan het Historisch Onderzoeksbureau 'Het geheugencollectief'. Het uitgangspunt van de opdracht was de positionering van onderzoek in een erfgoedinstelling tegenover academisch onderzoek, en de rol van participatie in onderzoek. Na een intens traject samen met de afdeling collectie en onderzoek, het brede museumteam als interne klanten, en het academische werkveld en erfgoedpartners als externe stakeholders en klankborden werden er vijf aanbevelingen geformuleerd:

1. Ga aan de slag met nieuwe perspectieven op de Red Star Line-geschiedenis.
2. Maak een duidelijker selectiekader voor hedendaags migratie-erfgoed.
3. Ga voor gelaagde, diverse onderzoeksoutput.
4. Integreer participatie verder in onderzoek.
5. Faciliteer beter onderzoek door externen.

In 2025 werd een onderzoeker aangeworven om hier verder mee aan de slag te gaan.

In 2025 behandelden onderzoekers of individuen 103 inhoudelijke vragen met betrekking tot de museale collectie of migratieverhalen. In totaal werden tien beeldaanvragen ingediend, waaronder één aanvraag over de herinrichting van de tentoonstelling op Ellis Island. Ook aan de vakbibliotheek werden een aantal nieuwe titels toegevoegd, met

speciale aandacht voor publicaties over biografisch migratie-erfgoed en familiegeschiedenis in de context van migratie.

Daarnaast ging het museum zowel structurele als ad hoc-samenwerkingen aan met verschillende hogescholen en universiteiten (zie ook OD 1.4, OD 2.2 en OD 3.1), zoals in de context van het onderzoeksproject 'Asylum' (Huddersfield University en Universiteit Utrecht) en het vooronderzoek voor de expo 'Taal & Migratie' (CESSMIR/Vertaalwetenschappen Universiteit Gent). Daarnaast was er ook de samenwerking rond trauma en *oral history* met de Open Universiteit in Nederland, en de uitwisseling met de vakgroepen Geschiedenis en Erfgoedstudies van de Universiteit Antwerpen.

Ook bij de expoprojecten 'Familiegeluk', 'Drifting Belgians', 'Taal & Migratie' en andere ontsluitingsproducten (zoals de podcast 'Altijd Onderweg') voorzagen de wetenschappelijke medewerkers van het museum telkens onderzoek als basis of context (zie ook OD 1.2 en OD 2.1).

OD 3.3 Het Red Star Line Museum creëert vanuit de maatschappelijke relevantie van het thema migratie – zowel voor de samenleving in zijn geheel, als voor individuen - een aanbod dat aansluit bij 'levenslang- en levensbreed leren'.

In 2025 versterkte het Red Star Line Museum zijn rol als plek voor 'levenslang en levensbreed leren' rond migratie. Het museum deed dat door een aanbod te creëren dat individuen en families ondersteunt in het onderzoeken van hun migratie- en familiegeschiedenis en dat tegelijk ruimte biedt voor reflectie, verbinding en dialoog. Het format van het migratiesalon speelde hierin een belangrijke rol en bood laagdrempelige momenten waarop mensen hun eigen verhaal konden verkennen en delen in een veilige, meerstemmige omgeving en in samenwerking met partners die het proces met zorg begeleidden (zie OD 1.2, OD 2.2 en OD 4.1).

Ook de samenwerking met Histories, de dienstverlenende organisatie voor erfgoedvrijwilligers met expertise over familiekunde werd verdergezet, waardoor bezoekers en gemeenschappen kunnen blijven rekenen op ondersteuning bij het onderzoeken, bewaren en interpreteren van hun persoonlijke en familiale migratiegeschiedenis.

In het kader van 60 jaar migratie werkte het museum mee aan de lancering van het boek van Bindus vzw op 31 januari, een sterk bezocht moment met 120 deelnemers waarin individuele en collectieve migratiegeschiedenis centraal stonden. Ook binnen de expo 'Familiegeluk' werd het leren versterkt, onder meer via een lezing van Curtis Chin in samenwerking met Untold Asian Stories. In mei faciliteerde het museum daarnaast het afstudeermoment van de Chinese School, een bijeenkomst die 130 deelnemers bereikte en die zorgde voor een belangrijke intergenerationele uitwisseling en erkenning van meervoudige identiteit (zie ook OD 1.1).

Parallel aan deze trajecten programmeerde het museum in 2025 verschillende publieksmomenten voor volwassenen waarin migratie centraal stond. In december vond de samenwerking met In Flanders Fields plaats rond 'Bar Réfuge' (zie OD 1.1), een laagdrempelige gespreks- en ontmoetingsavond over ontheemding, herinnering en *belonging*. Daarnaast werd met 'Passport Comedy' een nieuw format gelanceerd waarbij stand-up comedians met migratieroots hun verhalen brachten voor een gemengd publiek. Dit nieuwe programma gaf via humor ruimte aan herkenning, meerstemmigheid en onverwachte perspectieven, en versterkte zo het museum als plek waar migratie zichzelf via uiteenlopende stemmen kan tonen. In 2026 wordt het initiatief tijdens Erfgoeddag opnieuw geprogrammeerd.

Het museum bleef ten slotte verder actief inzetten op kennisdeling met internationale partners. In september gaf het een online lezing voor de Jewish Genealogical Society of Greater Boston met als titel 'One Dream, Millions of Stories: In the Footsteps of Emigrants Searching for a New Life', met ongeveer 110 aanwezigen, over de zoektocht van migranten naar een nieuw leven. Zo kon het museum zijn expertise rond migratie-onderzoek opnieuw internationaal verankeren.

OD 3.4 Het Red Star Line Museum versterkt zijn plaats van erkenning, herkenning en veerkracht voor nieuwkomers door taal oefenkansen aan te bieden aan nieuwkomers, vertrekkende vanuit zijn de authentieke gebouwen en collectie.

In 2025 versterkte het Red Star Line Museum zijn rol als plek van herkenning, erkenning en veerkracht voor nieuwkomers door taal oefenkansen verder uit te bouwen. Het NT2-aanbod werd actiever bekendgemaakt via [herwerkte webpagina's](#) zodat docenten duidelijke en toegankelijke informatie vinden. Dat kreeg ook externe weerklank, onder meer via een artikel in het tijdschrift 'Les' over taaluitlokking en zintuigen: [Gebruik alle zintuigen om taal uit te lokken | Tijdschrift Les](#). Het museum ontwikkelde bovendien nieuwe trajecten zoals 'Boeken en Handen' en 'Moederland', integreerde heimwee-workshops structureel in het vaste aanbod en werkte verder aan samenlezen op basis van collectieverhalen in klare taal (zie ook OD 4.1).

De NT2-nocturnes kregen in 2025 een extra impuls en werden inhoudelijk vernieuwd. Naast het reguliere museumbezoek werd er specifieke programmatie voorzien die telkens andere doelgroepen en partners aantrok. Tussen januari en april sloot het nocturne-aanbod met theeceremonies aan bij de expo 'Familiegeluk', wat ertoe leidde dat NT2-cursisten en reguliere bezoekers gemengd deelnamen. In mei vond een muzikale samenwerking met het conservatorium plaats; in juni stond de familiewerking centraal en konden cursisten hun kinderen meebrengen. De vierde pijler van Atlas werd eveneens betrokken bij deze momenten. De vierde pijler binnen het inburgeringsbeleid stimuleert nieuwkomers om actief deel te nemen aan de samenleving door sociale netwerken, vrijwilligerswerk en lokale engagementen op te bouwen. In oktober werd de nocturne gekoppeld aan de lancering van de 10-daagse van de Geestelijke Gezondheid en was er een teaserworkshop van 'Boeken en Handen'. Regelmatig werden verhalenschenkers en andere gemeenschappen verbonden aan de nocturnes. Een voorbeeld hiervan zijn zeemannen die aanmeren in Antwerpen en met het museum in contact komt via de kapelaan (en zelf verhalenschenker) voor de Antwerp Seafarer's Company.

De samenwerking met het KAAP-project (Nederlands voor ouders op school) werd succesvol verdergezet en kreeg een vernieuwde formule met een 'outreachgids'. Daarbij gaat een outreachgids, zelf iemand met een migratieachtergrond, eerst naar de klassen om het museum voor te stellen en de groep uit te nodigen om het museum te bezoeken voor een activiteit op maat. In een tweede stap komt de groep naar het museum voor een rondleiding en workshop. Om een langdurigere band met het museum op te bouwen bleek het belangrijk in deze workshops iets tastbaars te voorzien dat mee naar huis mag. Na de kennismaking werden de KAAP-mama's uitgenodigd op de KAAP-dag op 16 juni. Zo'n 80 mama's volgden rondleidingen en workshops en werden uitgenodigd op de familienocturne van 19 juni. De outreachgids fungeert als voorbeeldfiguur en slaat de brug naar het bredere museumaanbod voor families. Zo worden de groepen ook naar de familiezondagen en andere activiteiten van het museum doorgeleid. Een zevental mama's stroomden door en kwamen ook met hun kinderen naar de nocturne (zie ook OD 4.2).

Daarnaast zette het museum stappen richting een nieuw participatief erfgoedbewustzijnstraject rond taal en migratie, specifiek voor jongeren, families en scholen. De eerste lijnen hiervan werden uitgezet in samenwerking met Kunst in Zicht (zie OD 2.2.). Zo evolueert het museum verder tot een 'safe space' waar taal, migratie, identiteit en erfgoed samenkomen en waar nieuwkomers zich aangesproken, gezien en gesterkt voelen.

Strategische Doelstelling 4. Het Red Star Line Museum als 'zorgdragende' plek'

Vanuit de unieke authentieke plek, de collectie en de verhalen, is het Red Star Line Museum een plaats van herkenning en erkenning; een 'zorgdragende plek' met oog op duurzame en respectvolle relaties en omgeving.



Groendak met zonnepanelen © Lucid

OD 4.1 Het Red Star Line Museum versterkt de duurzame relaties tussen het museum en zijn erfgoedgemeenschappen.

Vanuit de participatieve en biografische werking merkt het museum dat verhalen-schenkers zich vaak kwetsbaar opstellen en dat de band na een traject kan verzwakken, wat het risico op verouderde toestemmingen en verlies van vertrouwen, betrokkenheid en representativiteit vergroot. Daarom bouwt het museum bewust aan relatiebeheer: het structureel en zorgzaam onderhouden van contact met schenkers en erfgoedgemeenschappen. De aanpak voor het relatiebeheer is gestoeld op wederkerigheid, drempelverlaging, heldere communicatie en systematische registratie en opvolging. In 2025 tekende het museum de flow uit en werd die intern afgestemd. Vanaf januari 2026 wordt de flow verder verfijnd en verkent het museum een nieuw beheersysteem. Daarbij wordt vooral rekening gehouden met een duurzame doorstroom naar de brede werking en een gedragen, structurele werkwijze (zie ook OD 2.2).

Binnen dit ruimere kader zet het museum bovendien ook in op de doorstroom van individuele verhalen-schenkers naar gids, vrijwilliger of workshopbegeleider (zie ook OD 5.3). Via intense coaching worden profielen die niet altijd de kans krijgen om in een museum mee te draaien toch betrokken. De meerwaarde van deze nieuwe gidsen met migratieroots weerklinkt in de vele reacties van docenten en cursisten voor wie ze optreden als voorbeeldfiguur.

Naast langere participatieve trajecten in samenwerking met verschillende gemeenschappen (zie OD 2.2) realiseerde het museum ook kortlopende participatieve projecten. Voor Vrouwendag werd een jongerenproject rond dans en woord ontwikkeld onder leiding van Nina Plantefève-Castrick, met onder meer een slotpresentatie in het

museum en een succesvolle herneming tijdens Museumnacht. Daarnaast werd een traject rond moederschap georganiseerd in samenwerking met kunstenares Luisa Bernal (zie verder).

Ook het welzijnsversterkende aanbod van het museum breidde verder uit. De workshop 'Heimwee', waarin deelnemers via herinneringen en verhalen stilstaan bij emoties rond migratie, blijft daarbij een belangrijke pijler.

In 2025 lag de focus van het museum op nieuwe samenwerkingen. Het traject 'Moederland', ontwikkeld in samenwerking met kunstenares Luisa Bernal en meerdere aanvullende partners, onderzocht wat het betekent om moeder te worden in een ander land. Tijdens zes sessies werkten vrouwen hun ervaringen uit via storytelling en artistieke technieken, wat uitmondde in de publicatie van het doe-boek 'Moederland'. De boekpresentatie, begeleid door Maud Vanhauwaert, bracht de verhalen van de moeders breed onder de aandacht tijdens het Vertelfestival in Permeke (26 april) en in het museum (1 oktober). Daarnaast werd ook het initiatief 'Boeken en Handen' in samenwerking met leesbevorderaar Ilona Plichart en Pigmento vzw verder uitgebouwd. Nederlandstalige en anderstalige deelnemers lazen er samen inspirerende teksten en gingen creatief aan de slag. Zo ontstond een veilige en verbindende ruimte waarin taal en creativiteit elkaar versterken.

Een belangrijke mijlpaal was de persconferentie van de 10-daagse van de Geestelijke Gezondheid in het museum op 1 oktober. 150 deelnemers namen er deel aan lezingen en welzijnsversterkende workshops zoals 'Heimwee', 'Moederland' en 'Boeken & Handen'. Het museum gaf daarnaast een extra workshop voor partnerorganisaties en nam op 11 oktober deel aan het 'Festival van de Kwetsbaarheid' bij Stormkop. De trajecten 'Moederland' en 'Boeken en Handen' liepen respectievelijk in het voor- en najaar succesvol door, zowel binnen als buiten de museummuren. Ook extern werden samenwerkingen verdergezet, onder meer via een 'Heimwee'-workshop in Merksemdok (24 april), een bijdrage aan het Vertelfestival (26 april) en een workshop tijdens de slotconferentie van het RelIncluGen-project op 23 oktober (in samenwerking met Empact vzw en de Universiteit Antwerpen).

Het museum deelde de opgebouwde kennis in 2025 uitgebreid met de sector. Zoals eerder aangegeven gaf het museum een vormingssessie rond reminiscentie en heimwee binnen het traject van TOON, de landelijke erfgoeddienstverlener rond zorg en welzijn. De inhoud werd ook in een video vastgelegd zodat erfgoedprofessionals ze breed kunnen raadplegen (zie [Vormingstraject 'Hoe zet je kunst en erfgoed in voor welzijn?' Zes methodieken voor verbinding · Toon](#)). Verder nam het museum deel aan de internationale Winter School Cultural Heritage & Wellbeing (zie ook OD 2.2).

OD 4.2 Het RED STAR LINE MUSEUM groeit door als gastvrij museum en organisatie door dagelijkse focus op drempels, toeleiding van kwetsbare bezoekers, toegankelijkheid en optimale bezoekersbeleving.

De voorbije jaren zette het Red Star Line Museum al stappen om drempels weg te nemen en bewust keuzes te maken in functie van gastvrijheid, vaak via gerichte projecten. In het najaar van 2023, na het indienen van het beleidsplan, werd in het organogram een nieuwe afdeling 'bezoekerservaring' toegevoegd, met een duidelijke focus op gastvrijheid en laagdrempeligheid. De afdeling omvat de baliemedewerkers, de gebouwbeheerder, de verantwoordelijke voor evenementen, de verantwoordelijke voor de hostwerking (zie ook OD 5.3) en een collega die instaat voor administratieve ondersteuning. Door verschillende functies die bijdragen aan een aangename (eerste) bezoekerservaring samen te brengen in één team, bouwt het museum aan een meer coherent en geïntegreerd beleid rond gastvrijheid. Met de oprichting van een volwaardige afdeling krijgt deze beleidskeuze een structurele en zichtbare verankering binnen de organisatie.

Het team had in 2025 te kampen met enkele afwezigheden, maar slaagde er toch in om enkele zichtbare ingrepen te realiseren. In het kader van het toegankelijk houden van de vaste opstelling werd actie ondernomen voor bezoekers met een visuele beperking. Een gids met specifieke expertise in deze doelgroep leidde een bezoeker en haar partner rond, wat zal leiden tot een DIY-pakket voor duo's met en zonder visuele drempel. Om taaldrempels weg te nemen, voorziet het museum nu ook zaalttekstboekjes in klare taal en in de drie meest gesproken

moedertalen – naast het Nederlands - in Antwerpen: Arabisch, Oekraïens en Spaans. Zo kunnen meertalige bezoekers in hun thuistaal en in klare taal alle museumteksten uit de presentatie lezen. Voor families werd naar aanleiding van 'Goeie Reis', de doe-expo voor de allerkleinsten, ingezet op de familievriendelijkheid van het museum (zie OD 1.3). In bevestigingen bij Museumpashouders is de gastvrijheid van het museum een van de meest terugkerende positieve commentaren.

Onder de afdeling bezoekerservaring zijn ook het gebouwbeheer en de beveiliging ondergebracht. Het museum doet voor zijn bewaking een beroep op agenten van een externe beveiligingsfirma die formeel wordt aangestuurd door de overkoepelende dienst Behoud en Beheer voor de musea van de stad Antwerpen (zie ook OD 2.4).

Het team Behoud en Beheer ontwikkelde in 2020 een visie op erfgoedbewaking voor de groep, rekening houdend met de capaciteitsvraag, de nieuwe wetgeving, de fusie met museumstichting en nieuwe ontwikkelingen in de sector. Het beschikbare interne bewakingspersoneel wordt zo efficiënt mogelijk ingezet, rekening houdend met de specifieke situatie in elk museum, en waar nodig aangevuld met externe bewakingsagenten. De resultaten van een veiligheidsaudit door een gespecialiseerde en door de FOD BiZa erkende externe veiligheidsonderneming (2024) werden in 2025 opgeleverd in de vorm van gedetailleerde auditrapporten. Een eerste analyse van deze rapporten resulteerde in een high-level plan van aanpak. De komende jaren zal het museum een transitietraject inzetten met betrekking tot de modernisering van beveiligingstechnieken, de professionalisering van manbewaking en de standaardisering van veiligheidsprotocollen.

OD 4.3 Het Red Star Line Museum ontwikkelt een structureel aanbod rond reminiscentie voor ouderen met een migratieverhaal, als antwoord op het ontbreken hiervan binnen de focus op ouderenzorg in de erfgoedsector.

Het aantal ouderen met dementie en een migratieachtergrond in Vlaanderen groeit, en bestaande reminiscentiemethodieken sluiten vaak onvoldoende aan bij hun culturele referentiekaders. Daarom werkt het Red Star Line Museum als partner mee aan het onderzoeksproject '[Als vroeger daar en hier is](#)' van de Karel de Grote Hogeschool. Dit project ontwikkelt een migratie- en cultuursensitieve aanpak voor reminiscentie bij personen met dementie, met een specifieke focus op ouderen met een Marokkaanse migratieachtergrond. Het museum stelde een ouderenadviesgroep samen die mee bepaalde welke objecten, geuren, foto's en andere materialen herkenning oproepen en dus geschikt zijn voor reminiscentiekoffers in het Red Star Line Museum. In co-creatie met mantelzorgers, zorgprofessionals en ouderen werd zo een inspiratiekoffer ontwikkeld die herinneringen stimuleert en aansluit bij de leefwereld van Marokkaanse ouderen met dementie. Op 22 september werden de resultaten voorgesteld tijdens een uitverkochte studiedag in het museum met 120 deelnemers uit de zorgsector. Tegelijk verscheen de podcast 'Als vroeger daar en hier is', waarin mantelzorgers en experts hun verhalen en tips delen. De podcast werd 457 keer beluisterd. Op 14 november volgde een verdiepende uitwisseling met mantelzorgers in de Foyer Brussel. Door de grote interesse, onder meer vanuit zorgopleidingen in het secundair onderwijs, wordt het traject in 2026 verdergezet met een studiedag op maat van scholen en een apart moment voor mantelzorgers. In 2027 verschuift de focus naar de bredere zorgsector en woonzorgcentra.

OD 4.4 Het Red Star Line Museum vergroot de ecologische duurzaamheid van zijn werking en programmatie.

Duurzaamheid is één van de thema's die de musea van de stad Antwerpen gezamenlijk willen aanpakken (zie ook 'Extra rapportering met betrekking tot de aandachtspunten geformuleerd bij de beheersovereenkomst'). De directeur van het MAS en de directeur van het Red Star Line Museum zetten 'Duurzaam erfgoedlandschap', de doelstelling rond ecologische duurzaamheid en inclusie (zie ook OD 5.2), verder.

Op het vlak van ecologische duurzaamheid is het strategische doel om de totale CO2-voetafdruk voor de groep musea van de stad Antwerpen tegen 2030 aantoonbaar te verkleinen. Om dit te realiseren, werden er operationele doelstellingen geformuleerd voor:

1. Een helder duurzaamheidsbeleid geënt op lokale, Vlaamse en internationale evoluties, kennis en kansen.
2. De optimalisatie van het energiebeheer van gebouwen en collectie.
3. Meer groen en biodiversiteit op de sites.
4. De verduurzaming van het aankoop- en materiaalbeleid.
5. Een doordacht mobiliteitsbeleid voor collectie, medewerkers en bezoekers.
6. Een digitale duurzaamheid.
7. Het zichtbaar maken van duurzaamheidsacties en de sensibilisering van het publiek.

Het Red Star Line Museum sluit actief aan bij het overleg dat georganiseerd wordt vanuit de stafdienst voor de musea van de stad Antwerpen. Dit kernteam duurzaamheid verzamelt de verschillende expertises vanuit de musea, werkt structureel aan het in kaart brengen en bundelen van acties voor de museumgroep en draagt initiatieven verder uit naar de eigen 'greenteams' in de musea. In november startte het kernteam in samenwerking met de stedelijke afdeling Klimaat en Leefmilieu het '[Innovatietraject Publiek](#)'. Dit traject versterkt de operationele doelstelling rond publiek en het Klimaatplan van de stad via een tweejarig onderzoek met als centrale vraag: "Hoe kunnen we het publiek meer betrekken bij klimaatthema's?".

Het greenteam van het Red Star Line Museum onderneemt ook actie in de eigen werking. Dit jaar werden er zonnepanelen geïnstalleerd op het dak van het museumgebouw (zie foto). Ook wat betreft de herbestemming van expomaterialen werden er resultaten geboekt. Zo werden er vanuit de tijdelijke tentoonstelling 'Familiegeluk' elementen gerecupereerd naar Museum Plantin Moretus en de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience. Vanuit de tijdelijke tentoonstelling 'Goeie Reis' werden dan weer scenografische elementen herbestemd naar de ziekenhuisschool, stedelijke crèches, het MAS en het Kasteel Van Gaasbeek. Het museum gaf hierover via FARO ook een presentatie bij de collegagroep Duurzamer Tentoonstellen. Daarnaast blijft de monitoring van het klimaat op zaal (zie ook OD 2.4) een prioriteit en is ecologische duurzaamheid een leidend principe bij samenwerkingen voor catering.

Het Red Star Line Museum maakt ook deel uit van een productieoverleg waarin wordt bekeken hoe alle Antwerpse musea, zijnde de Antwerpse Museumgroep, het M KHA en het KMSKA, kunnen samenwerken. Het overleg buigt zich over kleine ingrepen en oplossingen zoals het uitlenen van scenografiematerialen en herbestemming, maar ook over grotere onderwerpen die de musea samen willen aanpakken, zoals een gedeeld ruimtegebrek en de logistieke oefeningen die daarmee gepaard gaan.

Op de website van het museum werd ook een pagina aan het onderwerp gewijd: [Duurzaam museum | Red Star Line Museum](#).

Strategische Doelstelling 5. Het Red Star Line Museum als organisatie

Het Red Star Line Museum is een gezonde, diverse en lerende organisatie.



Host van het museum klaar voor een warm welkom met thee © Wim Hadermann

OD 5.1 Het Red Star Line Museum versterkt zijn zakelijke aanpak en financiële gezondheid binnen het nieuwe financiële model van de AG Culturele Instellingen Antwerpen/Erfgoed.

Sinds 2024 werkt het Red Star Line Museum binnen het nieuwe financiële model van het Autonoom Gemeentebedrijf (AG) Culturele Instellingen Antwerpen/Erfgoed, waarmee het museum de eigen inkomsten uit ticketverkoop en programmatie kan behouden (zie ook OD 5.5). In het specifieke bezoekersprofiel van het Red Star Line Museum vormen scholen en kansengroepen een derde van het publiek en ligt de verhouding betalende bezoekers versus gratis of gereduceerde tarieven rond 50%. Dat resulteert in een lagere gemiddelde opbrengst per bezoeker dan bij andere musea van de stad Antwerpen.

Het voorbije jaar zorgden 104.885 bezoekers samen voor € 237.299 aan ticketinkomsten. Dit cijfer ligt iets lager dan het begrote bedrag van € 270.000. De inkomsten uit Museumpas-bezoekers, die begroot waren op € 60.000 en uiteindelijk € 68.995 bedroegen, en Antwerp City Pass-bezoekers, die begroot waren op € 7.000 en uiteindelijk € 7.986 bedroegen, lagen daarentegen hoger dan begroot. Dit brengt het totaal op € 314.281.

In 2025 kwam daar ook € 5.384 aan inkomsten bij uit een beperkt assortiment producten uit de museumshop, gelinkt aan tijdelijke tentoonstellingen en projecten. Het museum neemt daarbij de aankoopkosten op zich. De overige inkomsten (totaal € 41.888) en aankoopbudgetten van de museumshop blijven centraal beheerd.

Naast de inkomsten uit de ticketverkoop genereert het museum ook inkomsten via commercieel zaalverhuur. De historische loods is een aantrekkelijke locatie, maar door de programmatie van eigen tentoonstellingen en evenementen is de beschikbaarheid voor extern gebruik beperkt. In 2025 ging het museum in het kader van cultureel ondernemerschap daarom een traject aan met extern expert Bernd Vanderheyden om de prijzen voor zaalverhuur scherp te stellen. Dit initiatief werd deels opgezet als voorbereiding op een nieuw retributiereglement

dat in 2026 van kracht gaat. Een benchmark en uitgebreide analyse van de visie en missie van het museum resulteerde in een nota waarin het 'dna van de zaalhuur' staat beschreven. Het museum ontwikkelde een handige leidraad om samenwerkingsverbanden af te sluiten, zette een kortingsboom op en actualiseerde de verhuurprijzen zodat ze marktconform zijn. Naast zaalverhuur op maat ontwikkelde het museum ook een aantal zaalverhuurformules. Met deze formules probeert het een antwoord te bieden op de beperkte beschikbaarheid van de loods en het potentieel van het Upper Deck. Los van de uitrol van dit nieuwe initiatief waren de inkomsten uit commercieel zaalverhuur in 2025 goed voor € 13.881, terwijl er slechts € 8.000 was begroot.

Het museum kon in 2025 ook verder werken met projectsubsidies voor cultureel erfgoed, onder meer voor 'Tijd om los te laten', en van Toerisme Vlaanderen, onder meer voor 'Intergenerationeel project' via 'Iedereen verdient vakantie', een tweejarig project tot 15 september 2026. Voor 'Tijd om los te laten' werd intussen ook de aanvraag voor fase 2 in 2026 gehonoreerd.

Verder droegen ook kleine initiatieven bij aan de inkomsten. Zo was er een donatiebanner in de loods bij de expo 'Goeie Reis', en een QR-code voor vrije giften bij de Honesty Bar. De donatiebanner kende een beperkte respons, maar de Honesty Bar blijft succesvol. Bezoekers bepalen via dit principe zelf hun bijdrage voor koffie, thee of sap, wat in 2025 € 14.954 omzet opleverde. Deze middelen worden hoofdzakelijk ingezet om de activiteiten in het museum toegankelijk te houden voor iedereen.

Eind 2024 startte het volledige team een traject rond cultureel ondernemerschap onder begeleiding van expert Ken Veerman. Dit traject liep tot eind 2025 en focuste op drie pijlers: het versterken van het interne draagvlak, het ontwikkelen van nieuwe concepten voor een gezondere financiële mix passend binnen het dna van het museum, en het uitwerken van het profiel van een nieuwe medewerker cultuurondernemerschap. De eerste sessies omvatten een introductie tot Sociocratie 3.0, een methodiek die ook in de bredere werking van het museum resoneerde, en de ontwikkeling van een programmavisie. In 2025 werkte het team verder aan de ontwikkeling van nieuwe producten die aansluiten bij het dna van het museum en die vaak focussen op 'solidariteit'. Om deze initiatieven in de toekomst verder uit te rollen, maakte het team ook een profiel op voor een nieuwe collega die ontbrekende competenties in huis kan brengen. Dit wordt in 2026 verder opgevolgd (zie ook OD 5.3).

OD 5.2 Het Red Star Line Museum versterkt de competenties en professionele groei van zijn medewerkers, met extra aandacht voor digitale competenties en welzijn op het werk en in contacten met erfgoedgemeenschappen.

De personeelsploeg van het Red Star Line Museum omvatte in 2025 een 27-tal collega's waarvan de meerderheid op de payroll van de stad staat, aangevuld met projectmedewerkers, medewerkers gefinancierd binnen de beheersovereenkomst en medewerkers gefinancierd met eigen middelen van het museum. Het team is georganiseerd in de afdelingen 'Beleid & planning', 'Publiekswerking & outreach', 'Bezoekerservaring', 'Collectie & onderzoek' en 'Marketing & communicatie'. Dit laatste team valt onder een andere stadsdienst, maar werkt ook voor het museum (zie ook OD 1.3).

Naast enkele afwezigheden wegens langdurige ziekte en moederschapsverlof was de grootste verandering bij het Red Star Line Museum in 2025 het vertrek van de curator en het hoofd onderzoek na 16 jaar dienst. In het najaar werd de functie herbekeken en werd er een nieuwe verantwoordelijke collectie en onderzoek aangeworven die startte in februari 2026. Door de herschikking van de taken kan er in 2026 een extra halftijdse collega voor onderzoek aangeworven worden (zie ook OD 3.2).

Begin 2025 engageerde het volledige team zich voor een dag om stil te staan bij de interne samenwerking en om de specifieke taken, processen en werkdynamieken per afdeling expliciet te maken. Aansluitend werden doorheen het jaar de beslissingsflows en interne communicatieafspraken verduidelijkt, net als de afspraken rond projectmanagement. Naast deze formele afspraken rond samenwerking waren er ook verschillende informele teambuildingmomenten om een veilige en warme organisatiecultuur te stimuleren.

Voor een lerende organisatie zoals het Red Star Line Museum is het belangrijk blijvend te investeren in opleiding en vorming. Als onderdeel van de ambitie een veilige werkplek te zijn en met het oog op het welzijn van medewerkers en erfgoedgemeenschappen organiseerde het museum in 2025 een driedaags opleidingstraject rond trauma en migratie in samenwerking met Solentra. Het traject bood medewerkers mechanismen en tools om met trauma om te gaan en verhalen-schrijvers beter te omkaderen. Een tiental collega's namen deel. De inzichten uit het traject worden intussen ook verder verankerd in de reguliere werking van het museum.

Naast individuele vaktechnische opleidingen was het volledige team betrokken bij een traject rond cultureel ondernemerschap (zie OD 5.1). Daar werd naast de inhoudelijke opleiding ook gewerkt met de methodiek van 'consent besluitvorming', die opvallend resoneerde bij het team. Op het vlak van digitale ontwikkeling werd het werken via Sharepoint verder uitgerold. Naast deze collectieve opleidingen vanuit het museum worden collega's ook actief aangemoedigd om vaktechnische, verdiepende opleidingen te volgen en zijn er de verplichte opleidingen van de stad, zoals de EHBO-opleiding en de opleiding rond omgaan met agressie op het werk.

Heel wat collega's hebben vandaag een migratieachtergrond, wat rechtstreeks bijdraagt aan de ambitie van het museum om inclusief en divers te zijn. 'People' – het personeel – vormt daarbij één van de vijf P's waarop het museum zijn DEI-beleid baseert. Samen met de andere domeinen – 'Program', 'Place', 'Policies' en 'Partners' – biedt dit kader een systematische aanpak om gelijke kansen te bevorderen, inclusie te versterken en structurele uitsluitingsmechanismen te doorbreken.

In 2025 stapte het museum ook mee in het pilootproject 'Cultuurnetwerkers'. Onder begeleiding van Werkmaat kregen culturele jongeren-netwerkers met een migratieachtergrond de kans om vijf jaar lang culturele trajecten met én voor jongeren op te zetten in het MoMu, FOMU en Red Star Line Museum. Eind 2025 besliste de stad de samenwerking met Werkmaat voortijdig stop te zetten. Het Red Star Line Museum ging het engagement aan om zijn cultuurnetwerker, die mee de diversiteit in programmatie en partners versterkt, op eigen budget tot eind 2027 aan boord te houden.

Naast de eigen initiatieven rond inclusie en toegankelijkheid in het museum was de directeur van het Red Star Line Museum ook mee regisseur voor het traject rond diversiteit en inclusie binnen het directieteam van de musea van de stad Antwerpen (zie ook OD 4.4 en de 'Extra rapportering met betrekking tot de aandachtspunten geformuleerd bij de beheersovereenkomst'). Tijdens dit traject werkte het directieteam samen met de Reinwardt Academie aan het verfijnen en omvormen van de brede vraag: "Hoe kunnen we best wérkelijke stappen naar inclusie en gelijkwaardigheid zetten?". Na de eerste workshop met de directeurs rond de eigen identiteit, positionering en privileges en een intakesurvey over uitdagingen en kansen in 2024, zette het directieteam tijdens een denkdag in mei de volgende stap. Het team reflecteerde over mogelijke drijfveren om rond inclusie te werken: van persoonlijke of professionele overtuiging tot decretale vereisten en maatschappelijke urgentie. Drempels en noden werden verder verfijnd. Het rapport met aanbevelingen van de Reinwardt Academie dat hieruit voortvloeide, bracht het directieteam tot drie prioritaire thema's voor expertise-uitwisseling en samenwerking: programmatie, organisatiecultuur en collectiebeleid. In 2026 gaat de museumgroep met deze thema's aan de slag via een leertraject dat zal bestaan uit een combinatie van gesprekken van directeurs in eigen huis en een grondige expertise-uitwisseling binnen de groep.

OD 5.3 Het Red Star Line Museum zet in op de groei van zijn actieve vrijwilligerswerking met aandacht voor diversiteit.

Eén van de kernredenen om een nieuwe afdeling bezoekerservaring op te richten (zie ook OD 4.2) was het creëren van tijd en ruimte om een volwaardige hostwerking uit te bouwen. Deze werking vormt een belangrijke pijler in de gastvrijheid en laagdrempeligheid van het Red Star Line Museum. Het grootste deel van de vrijwilligerswerking valt vandaag onder deze hostwerking. Daarnaast blijven enkele vrijwilligers achter de schermen actief voor administratieve ondersteuning en transcripties. De hosts zelf vormen een diverse groep vrijwilligers die bezoekers op verschillende plaatsen en momenten in het museum warm en persoonlijk onthalen en zo bijdragen aan een

open en uitnodigende museumervaring. In 2025 is deze werking binnen het museum verder geconsolideerd. Hosts voelen zich steeds zekerder en steviger geworteld in hun rol binnen de organisatie. Er is een vaste groep van ongeveer 25 hosts die zichtbaar groeit in kennis, betrokkenheid en verantwoordelijkheidsgevoel.

Dit jaar volgden de vrijwilligers een specifieke training tot 'host op zaal'. Door hosts op zaal in te zetten, wil het museum de gastvrijheid voor bezoekers nog vergroten en verder bijdragen aan een warme, open en inclusieve museumervaring waarin elke bezoeker zich welkom en gezien voelt.

Daarnaast liepen in 2025 vijf vrijwilligers uit China, Oekraïne, Georgië en Turkije taalstage in het museum. Een divers vrijwilligersbestand uitbouwen en onderhouden blijft een belangrijk doel. Hoewel dat doel op verschillende vlakken nog steeds een uitdaging vormt, blijft het museum actief samenwerken met Atlas en verschillende NT2-scholen om het te realiseren.

In 2025 realiseerde het museum twee tijdelijke tentoonstellingen waarin de hosts een centrale rol opnamen. Tijdens 'Familiegeluk', de eerste tentoonstelling van het jaar, namen zij tientallen tevredenheidsenquêtes af bij bezoekers (zie ook OD 1.1 en OD 1.3). In het najaar volgde 'Goeie Reis', een expo met een uitzonderlijk groot publieksbereik. In deze periode ontvingen de hosts bijna 13.000 bezoekers en zorgden ze voor een warm en persoonlijk onthaal. Voor beide tentoonstellingen kregen de hosts een gerichte inhoudelijke voorbereiding van de curator en de tentoonstellingscoördinator. Deze trainingen werden aangevuld met coaching op de vloer door de vrijwilligerscoördinator. Zo konden de hosts hun rol met kennis van zaken en vertrouwen opnemen.

Daarnaast blijven de vrijwilligers van het museum zichtbaar aanwezig in hun vaste takkenpakken. Hun inzet omvat drie belangrijke taken:

1. Uitbating van de Honesty Bar (zie ook OD 5.1) — Op het Upper Deck schenken de hosts op woensdagen, in weekends en tijdens schoolvakanties thee en koffie aan bezoekers. Dit leverde in 2025 een omzet op van € 14.954.
2. Ondersteuning aan het onthaal — Vrijwilligers zorgen voor een warm welkom en voorzien bezoekers van heldere, toegankelijke informatie op maat.
3. Ondersteuning bij evenementen — Vrijwilligers helpen bij de opbouw en afbraak, onthalen bezoekers en bieden technische ondersteuning waar nodig.

OD 5.4 Het Red Star Line Museum engageert de talenten en diversiteit van de 'flexibele schil' van partners rond het museum

Het Red Star Line Museum werkte in 2025 samen met meer dan 170 verschillende leveranciers van diensten en goederen, vooral voor tijdelijke tentoonstellingen en publiekswerking. Voor terugkerende aankopen maakt het museum gebruik van raamcontracten. Dat is onder meer het geval voor drukwerk, opleidingen en goederen zoals koffie en schoonmaakproducten. De afdeling publiekswerking werkte met de meeste partners samen, terwijl voor evenementen vaak specifieke partners worden gekozen afhankelijk van het programma.

Naast vaste samenwerkingen blijft het museum ook bewust nieuwe partners aantrekken. De zakelijk medewerker maakt actief werk van het wegnemen van administratieve drempels voor (voornamelijk) particuliere partners binnen publiekswerking, bijvoorbeeld met de invoering van e-facturatieplatform PEPOL. Zo blijft het museum ook hier op diversiteit en vernieuwing inzetten.

Het museum registreerde in 2025 een verdere groei van het aantal gidsen tot 57, voornamelijk via eigen outreachtrajecten, en werkt tegelijk aan een duidelijke afbakening van het totaal aantal profielen. De focus ligt daarbij op verjonging en diversifiëring. Deze afbakening is noodzakelijk om de kwaliteit van de begeleiding te waarborgen en om de inzet van gidsen efficiënt te kunnen plannen. De introductie van een nieuw boekingsstelsel, dat niet langer op basis van beschikbaarheid werkt maar op basis van vooraf vastgelegde parameters, maakt deze structurerende taak belangrijker.

Het voorbije jaar benoemde het museum vijf nieuwe gidsen, die nu een zorgvuldig uitgewerkt inwerkingstraject doorlopen. Dit traject omvat onder meer een introductie-uitstap, een meter- of petercoaching en een deelname aan grotere teamvergaderingen. Zo worden nieuwe gidsen niet alleen inhoudelijk voorbereid, maar ook geïntegreerd in de bredere museumwerking. Daarnaast investeerde het museum in vormingstrajecten voor gidsen die rondleidingen voor volwassenen verzorgen, specifiek om interactiever aan de slag te gaan met deze bezoekers. Er werden ook extra Franstalige gidsen aangetrokken, specifiek voor de leeftijdsgroep van de eerste en tweede graad secundair onderwijs. Het museum zet hier vooral op in omdat het aandeel bezoekers uit Franstalige scholen uit eigen land groeit.

OD 5.5 Het Red Star Line Museum werkt als collegiale partner mee aan een nieuw organisatiemodel voor de Antwerpse museumgroep en de verdere ontwikkeling van het Autonoom Gemeentebedrijf Culturele Instellingen Antwerpen/Erfgoed als instrument voor cultureel ondernemerschap

Het AG Culturele Instellingen Antwerpen/Erfgoed (AG CIA/Erfgoed) werd door Stad Antwerpen op 1 januari 2020 opgericht als beheersinstrument voor de verschillende erfgoedinstellingen die de stad rijk is. Het agentschap heeft als opdracht om 'de optimale omstandigheden te scheppen en te waarborgen voor de lokale, Vlaamse en internationale werking van de Antwerpse musea en erfgoedinstellingen. Het AG onderschrijft daarbij de definitie, doelstellingen, basisfuncties en ethische code zoals geformuleerd door de International Council of Museums.' en om 'alle nodige beslissingen te treffen en daden te stellen die nodig of nuttig kunnen zijn om dit doel te bereiken op voorwaarde dat ze niet in strijd zijn met het maatschappelijke doel of met de beheersovereenkomst die gesloten is met de stad.'

Het agentschap is in 2024 gestart met het nieuwe financieringsmodel (zie ook OD 5.1). In het verleden werd gewerkt volgens het principe van solidariteit, waarbij ongeoormerkte stedelijke middelen en commerciële opbrengsten over alle instellingen heen werden gecentraliseerd. Vanuit deze centrale middelen werden alle uitgaven gefinancierd. Sinds 2024 beheren de instellingen hun eigen opbrengsten grotendeels zelf, en worden de stedelijke toelagen geoormerkt per instelling. Dit biedt musea en erfgoedinstellingen de mogelijkheid om cultureel ondernemerschap uit te bouwen en hun eigen middelen flexibel in te zetten op basis van hun eigen noden.

Omdat ontvangsten en uitgaven per instelling worden begroot en geboekt, krijgt het agentschap bovendien een helder beeld van het operationeel resultaat per instelling. Vanuit hetzelfde principe beheren de instellingen sinds 2024 ook zelf de budgetten voor marketing en communicatie. Een aantal diensten blijft overkoepelend. De resultatenrekening van deze overkoepelende diensten werd als bijkomstige rapportering toegevoegd aan de dossiers van het agentschap. Er werd bewust gekozen om deze kosten niet toe te voegen aan de rapportering van de instellingen op basis van een verdeelsleutel om het resultaat van de instellingen juister te kunnen weergeven.

Binnen deze context heeft de centrale zakelijke cel als doel ervoor te zorgen dat de musea en erfgoedinstellingen zo vlot mogelijk binnen een overheidscontext kunnen werken. Naast het financieel management, zoals de opmaak van de begroting en rapportering, boekhouding, fiscaliteit en monitoring, zorgt de zakelijke cel ervoor dat beslissingen in het kader van het dagelijks bestuur, die de bevoegdheid is van het directiecomité, efficiënt genomen kunnen worden, en dat met een vlotte doorlooptijd van één week. De zakelijke cel controleert en evalueert de procedures en past ze aan in het kader van administratieve vereenvoudiging. Bovendien regelt de zakelijke cel ook de bevoegdheidsverdeling tussen de stad Antwerpen en het AG CIA Erfgoed, en binnen het AG zelf. Een concreet voorbeeld in 2025 gaat over het schenkingsbeleid en bevoegdheden met betrekking tot de collecties.

In elke museum- en erfgoedinstelling is naast de instellingsdirecteur ook een zakelijk medewerker actief. Die staat in nauw contact met de centrale zakelijke cel en vertaalt het organisatiebeheersingssysteem naar de museumvloer. Via een werkwijze met antennes ter plaatse streeft de cel naar een actieve wisselwerking tussen de centrale en decentrale zakelijke aspecten.

Op regelmatige basis worden netwerkmomenten georganiseerd om *best practices* en nieuwigheden uit te wisselen. De zakelijke cel volgt zoals hoger beschreven ook de kosten verbonden aan de museale werking op. De kosten voor het vast personeel, het personeel verbonden aan de gezamenlijke werking van de museum- en erfgoedinstellingen, de nutsvoorzieningen en de poets van de musea worden gedragen door de stad Antwerpen, net als de kosten verbonden aan de ontwikkeling en het onderhoud van de data-architectuur (AG Digipolis) en van het patrimonium (AG Vespa). Het grootste deel van de kosten verbonden aan de musea en de erfgoedwerking valt dus buiten de werking van de zakelijke cel van het AG CIA/Erfgoed.

Onder deze doelstellingen wordt gerapporteerd voor de volledige Antwerpse museumgroep en niet enkel voor het Red Star Line Museum.

2025 was op zakelijk vlak een rijk gevuld jaar. Samen met de nieuwe bestuursploeg van Stad Antwerpen heeft het agentschap haar meerjarenplanning voor de beleidsperiode 2026-2031 opgemaakt en toegelicht. De transparante rapportering van de historische gegevens vormde hierbij een belangrijke basis. Daarnaast heeft het agentschap ook de overstap naar een nieuw ERP-pakket voor de bedrijfsmiddelenplanning voorbereid dat vanaf 1 januari 2026 in voege is getreden (SAP S4/Hana). In 2025 heeft het agentschap de werking van Experience Antwerp NV, het voormalige boekingsplatform voor gegidste rondleidingen, overgenomen. Dat leidde tot de aankoop en implementatie van een nieuw ticketingsysteem, geïntegreerd met het registratiesysteem voor gegidste rondleidingen (zie ook OD 1.3). Het kader organisatiebeheersingssysteem werd verder verfijnd en versoepeld waar mogelijk. Zo werden de mogelijkheden om kredieten te verhogen uitgebreid, door de keuze voor een eenvoudige rapportering en besluitvorming. Daarnaast werd ook een systeem van steekproefcontroles opgezet om op een gestructureerde manier de bevoegdheidsverdeling binnen het AG te controleren. Het AG werkt verder aan een uniforme, transparante rapportering voor interne en externe stakeholders. Dit is een constante evolutie waarbij meerdere aspecten aan bod komen. Wettelijk vereiste rapportering en interne rapportering worden zo goed mogelijk op elkaar afgestemd. In 2026 worden hier verdere stappen in gezet.

Het agentschap zette in 2025 zijn onderzoek naar alternatieve financieringsbronnen verder, onder meer in de vorm van workshops rond legaten en fondsenwerving en interne brainstormen. Ook op het vlak van btw werden een aantal stappen gezet: het agentschap verfijnt de toepassing van het btw-stelsel waar ze onder valt verder en zet in op kennisdeling van *best practices* over alle huizen heen. Ten slotte heeft het agentschap zijn reserves in 2025 ook doelgericht benut. Een aantal afgelijnde projecten werden, in overleg met de museumdirecteuren en de bevoegde organen van het agentschap, financieel ondersteund vanuit de reserves. Ook in 2026 zal deze oefening worden verdergezet.

Extra rapportering met betrekking tot de aandachtspunten geformuleerd bij de beheersovereenkomst.

1° Blijf bij de uitvoering van de werking aandacht hebben voor de beleidsprioriteiten en aandachtspunten van de Strategische Visienota Cultureel Erfgoed.

De beleidsprioriteiten en aandachtspunten uit de Strategische Visienota Cultureel Erfgoed werden verweven doorheen de strategische en operationele doelstellingen van het beleidsplan van het Red Star Line Museum, waarover hierboven gerapporteerd werd. Daarnaast werden de beleidsprioriteiten en aandachtspunten van de Strategische Visienota Cultureel Erfgoed ook meegenomen in een bredere strategieoefening van de Antwerpse museumgroep. In 2024 resulteerde dit in de opmaak van zes strategische doelstellingen (SD's) die de basis vormen voor het netwerkmodel van tien Antwerpse musea, het Letterenhuis en de Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience. Met de twaalf instellingen werd ook in 2025 verder gewerkt op volgende doelstellingen:

SD1: Museum van de toekomst

Als deel van de ambitie om toekomstbestendig te zijn, streeft de Antwerpse museumgroep naar maximale maatschappelijke relevantie. De groep reflecteert en versterkt de democratie en wil een hefboom zijn voor verandering door aan de slag te gaan met globale maatschappelijke uitdagingen, zowel binnen als buiten het erfgoedveld, en door samen cultuur te maken en te beleven.

SD2: Sitemanagement

De leden van de Antwerpse museumgroep werken samen een visie uit over sitemanagement (hospitality, veiligheid en gebouwbeheer) die ervoor moet zorgen dat de dagelijkse exploitatie van de verschillende museumsites inhoudelijk en operationeel op elkaar wordt afgestemd. Hierbij wordt rekening gehouden met het specifieke dna van de verschillende sites en de duidelijke afspraken met betrokken partners. Zo kunnen de musea en erfgoedinstellingen een aangename, veilige en toegankelijke ervaring voor bezoekers en gebruikers van de site garanderen, telkens met het oog op een publieksvriendelijke ontsluiting van hun collecties.

SD3: Cultureel ondernemerschap

De Antwerpse museumgroep faciliteert en schept kaders waarbinnen de musea optimaal over tools beschikken om versterkt in te zetten op cultureel ondernemerschap. Hiermee diversifiëren ze hun inkomsten, vergroten ze hun culturele impact, zorgen ze voor een uitgebalanceerde financieringsmix, bevorderen ze duurzame groei, en bevestigen en versterken ze samenwerkingsverbanden binnen en buiten de culturele sector.

SD4: Performante organisatie

De Antwerpse museumgroep is een performante organisatie die streeft naar een minimale *overhead* en een maximum aan schaalvoordelen en dit met respect voor de eigenheid van elke instelling. De leden van de groep werken de principes van LEAN uit en passen ze toe over de volledige organisatie. Beslissingen worden zo laag mogelijk in de organisatie genomen. Bovendien stellen de musea en erfgoedinstellingen continu hun werking in vraag, reduceren ze verspilling, schrappen ze wat overbodig is en gaan ze op zoek naar wat waarde toevoegt. Ze hanteren daarbij telkens een flexibele organisatiestructuur.

SD5: Digitale transformatie

Samen met de andere pijlers van de afdeling Cultuur zet de Antwerpse museumgroep voluit in op de digitale transformatie: een traject dat enerzijds inzet op een kwaliteitsvolle en gebruiksvriendelijke digitale werking en dat

anderzijds noodzakelijk is om de (inter)nationale ambities en beleidsdoelstellingen van de culturele erfgoedinstellingen te realiseren.

SD6: Duurzaam erfgoedlandschap

De Antwerpse museumgroep gelooft dat cultuur een motor kan zijn voor de transitie naar een duurzame samenleving waar inclusie en gelijkwaardigheid evident zijn. De groep zet zich daarom in om samen met betrokken musea te experimenteren met duurzame alternatieven voor de eigen werking en ons huidige samenlevingsmodel.

De strategische doelstellingen werden uitgewerkt naar operationele doelstellingen en vertaald naar concrete acties en projecten. Zo probeert de groep op een gestructureerde manier in te spelen op de Strategische Visienota Cultureel Erfgoed, met aandacht voor schaalvoordelen en de eigenheid van elke instelling.

2° Hou de financiering van de organisatie op peil. De extra ondersteuning door Vlaanderen mag niet tot gevolg hebben dat de inrichtende macht haar inbreng vermindert.

Stad Antwerpen neemt meer dan 80% van de totale werkingskost van de musea en de erfgoedinstellingen op zich. Stadsbreed werd er in 2020 een besparingsdoel van 8,24% op de personeelskosten vooropgesteld, dat eind 2025 moest gerealiseerd worden. Deze optimalisatie werd gerealiseerd door mensen en middelen doelgericht in te zetten, bijvoorbeeld door verdere automatisatie, digitalisering, procesoptimalisatie, een klantgerichte dienstverlening, en het externaliseren van rollen en functies zoals poets en veiligheid.

Een deel van deze optimalisaties werd terug geïnvesteerd in de realisatie van de vijf decretale functies van musea en erfgoedinstellingen. De werkingsmiddelen van Vlaanderen werden onder geen beding aangewend om bovenstaande stedelijke optimalisatiewerven op te vangen.

3° Stem het digitale beleid van de organisatie af op de overkoepelende Vlaamse initiatieven op het vlak van digitalisering.

In 2025 zette de afdeling Cultuur van de stad Antwerpen belangrijke stappen in de uitbouw van een gedeeld programma voor digitale transformatie. Dit meerjarig programma wordt gedragen door een nieuw Programmteam Digitale Transformatie. Het team bewaakt de digitale visie, prioriteert projecten en *“monitort alle projecten en initiatieven in functie van de optimale realisatie van de digitale strategie”*.

De werking steunt op drie lijnen: projectwerking voor nieuwe digitale toepassingen, functioneel beheer voor stabiele systemen en data, en een expertisenetwerk dat kennisdeling en innovatie stimuleert. Voor Musea en Erfgoed werd digitale transformatie verder verankerd in de strategische doelstellingen (SD.5 Digitale transformatie – zie hierboven), met focus op een gedragen visie, een duurzame digitale basisinfrastructuur, een stabiel applicatielandschap en groeiende digitale maturiteit.

Ondanks een sterke stedelijke focus op cyberveiligheid werden enkele kernprojecten gerealiseerd: de lancering van de Erfgoedrapportenapp (ERA), de overstap naar een gedeeld ticketing- en gidsensysteem, de ontwikkeling van nieuwe museumwebsites en de implementatie van een nieuw systeem voor medewerkersplanning. In 2025 werd onder meer een nieuwe DAMS-versie uitgerold en startte de migratie van 2,2 miljoen assets.

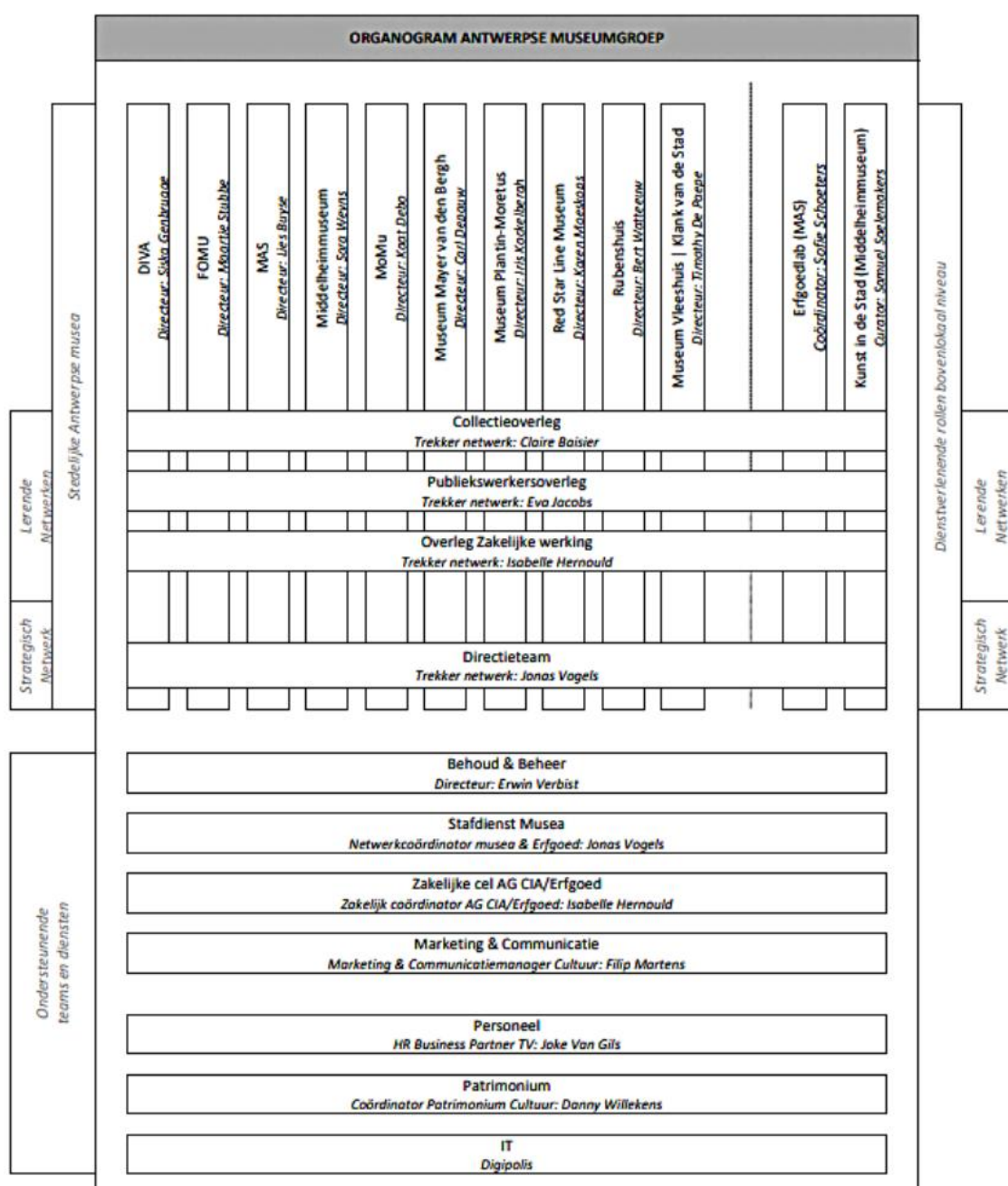
Voor de periode 2026–2031 werd een digitale roadmap uitgewerkt, gebaseerd op een grondig architectuuronderzoek. De roadmap omvat vier grote landschapstransformaties: Erfgoedbeheer, Digitaal Erfgoed, Erfgoeddata en Erfgoedbeleving. Deze programma's moeten zorgen voor geïntegreerde systemen, efficiënter beheer van digitale collecties, betere datakwaliteit en moderne, gepersonaliseerde bezoekerservaringen. Alle oplossingen worden gekoppeld aan een centrale Datahub Erfgoed, zodat ze duurzaam en interoperabel blijven.

De roadmap houdt rekening met Vlaamse standaarden en infrastructuur en benadrukt het belang van open standaarden om een samenhangend digitaal erfgoedecosysteem te ondersteunen. De uitvoering hangt sterk af van stedelijke IT-budgetten en zal in de komende jaren verder worden geprioriteerd en herijkt. (Zie ook OD 2.3)

4° Geef duidelijker inzicht in de werking en plannen van de overkoepelende diensten, en hoe die zich verhouden tot de noden en doelstellingen van de organisatie. Rapporteer daarover in de jaarverslagen. Verduidelijk ook het gemeenschappelijke depotbeleid en hoe dat zich verhoudt tot de organisatie.

De pijler Musea & Erfgoed is samen met de pijlers Boeken & Letteren, Kunsten, Podia & Culturele Ontmoeting onderdeel van de afdeling Cultuur binnen de bedrijfseenheid Talentontwikkeling en Vrijtijdsbeleving en werkt mee aan de verwezenlijking van het bestuursakkoord van Stad Antwerpen.

De pijler Musea & Erfgoed, beter bekend als de Antwerpse museumgroep, bestaat uit volgende werkingen en samenwerkingsverbanden:



Elk van deze huizen en werkingen is uniek. Tegelijkertijd biedt de organisatiestructuur de mogelijkheid om maximaal samen te werken waar nodig of gewenst, vergroot ze de slagkracht van de individuele huizen en werkingen en stroomlijnt ze de samenwerking met de overige pijlers binnen de afdeling Cultuur en met de stedelijke diensten. Het netwerkmodel vertrekt vanuit gezamenlijke doelen en noden en werkt structureel samen met de landelijke erfgoedinstellingen Letterenhuis en Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience (pijler Boeken & Letteren) rond zes strategische doelstellingen (zie aandachtspunt 1).

Om de werking van de instellingen te faciliteren, heeft de stad het Autonoom Gemeentebedrijf Culturele Instellingen/Erfgoed (AG CIA/Erfgoed) opgericht (zie OD 5.5). De zakelijke coördinator van het AG waarborgt samen met de pijlercoördinatoren en de directeurs de zakelijke werking, met goedkeuring van het directiecomité (samengesteld uit de directeur Cultuur, de coördinator van Musea & Erfgoed, Boeken & Letteren en de podia) en de Raad van Bestuur van het AG. De bestuurders van het AG zijn aangeduid door de gemeenteraad.

De museumgroep en de erfgoedinstellingen kunnen bovendien een beroep doen op een aantal stedelijke diensten en entiteiten voor de uitvoering van hun maatschappelijke opdracht, waaronder de stafdienst en de diensten Marketing & Communicatie, Behoud en Beheer (B&B) en Personeel en Patrimonium.

Het team Behoud en Beheer is verantwoordelijk voor de centraal beheerde depots op Droogdokken, Hessenhuis, Kaai 20, Luchtbal en Katoen Natie. In afwachting van een structurele oplossing voor de depotproblematiek in Antwerpen werkt het centraal team Behoud en Beheer aan een optimalisatie van de huidige werking. Gedurende het volledige jaar 2025 werd de in 2024 extra verworven depotcapaciteit ingericht met de gepaste opslagsystemen (rekken, gaaswanden) en werd de totaliteit van de in depot geplaatste collecties kritisch geëvalueerd in functie van de vereiste bewaarcondities. Op basis van deze evaluatie werden de collecties optimaal ingedeeld over de verschillende depotlocaties. Dankzij de collectieve inzet van de centrale teams Art Handling en Depot werd deze omvangrijke herinrichting en reorganisatie van de collecties in depot, met meer dan 1000 'nieuwe' objecten bovenop de al in de depots bewaarde collectiestukken, succesvol gerealiseerd.

Deze initiatieven zorgen ervoor dat de dienst Behoud en Beheer in afwachting van de realisatie van het 'Collectie Centrum Antwerpen' voldoende kwalitatieve depotruimte beschikbaar kan stellen. In 2025 werd verder ingezet op de uitwerking van een structureel en toekomstbestendig depotbeleid.

In het dossier 'Collectie Centrum Antwerpen' werd in samenwerking met het gekozen ontwerpteam HUB-Office WINHOV, bijgestaan door verschillende externe technische experts en onder begeleiding van AG VESPA, intens gewerkt aan de opmaak van een ontwerpplan als basis voor het aanbestedingsdossier 'Collectie Centrum Antwerpen'. Het 'Masterplan Erfgoeddepot' beperkt zich niet enkel tot dit dossier, maar betreft ook de archiefinstellingen Letterenhuis en Erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience en de openbare bibliotheken van Antwerpen in een toekomstgerichte totaalvisie op collectiewerking (zie ook OD 2.4).
