



Departement Cultuur
Diamantmuseum Provincie Antwerpen
Koningin Astridplein 19 - 32 | B 2018 Antwerpen
T 03 202 48 90 | F 03 202 48 98
info@diamant.provant.be | www.diamantmuseum.be

-Diamantmuseum Provincie Antwerpen Tentoonstellingsoverzicht 2007

De traditionele **januari-sluiting** is in 2007 vooral benut om **opfrissingwerken in de schatkamers** door te voeren, dit ter optimalisatie van de dienstverlening en het comfort voor zowel het publiek als het personeel.

Het museum oogt sindsdien ook in de schatkamers lichter en komt daarmee tegemoet aan de vraag van het veiligheidspersoneel om letterlijk meer licht te voorzien in de schatkamers, waar zich de meest waardevolle museale objecten bevinden.

Echter, willen we **de activiteiten van het Diamantmuseum 2007 in één woord** samenvatten, dringt zich het kernwoord **OPSMUK** op:

Het museum pronkt(e) in 2007 met pauwenveren, tooit (de zich voor een Nachtje Opera en verheerlijkt(e) de bling uit het Hip Hop wereldje.

Pronken met Pauwenveren

= een minitentoonstelling (5/5 – 30/9) opgebouwd rond één van de topstukken van het Antwerpse Diamantmuseum nl, **de Pauwenbroche van de Franse juwelier Gustave Baugrand (1823-1870)**. Deze minitentoonstelling bracht voor de 1ste keer de 3 versies van de pauwenbroche van hofjuwelier Baugrand samen en kaderde hen binnen de 19de eeuw d.i. binnen een tijdperk dat bekend was om zijn wereldexposities en de opkomst van de Arts Décoratifs, een artistieke stroming die naast een hoge techniciteit oog had voor de symbolische waarde van het kunstwerk.

De 3de internationale editie van de HRD Awards 2007 (juli en augustus 2007)

bevatte ontwerpen die refereren naar een **“A Night at the Opera”** of opsmuk voor een ‘Nachtje Opera’. Sinds 2003 is deze tweejaarlijkse competitie verruimd van jonge naar ook ervaren juweelontwerpers en spreekt men van de HRD Awards als “de belangrijkste wedstrijd ter wereld voor de bekroning van moderne diamantjuwelen”. In 2007 waren **exclusief** in het Diamantmuseum **38** creaties te bewonderen, gekozen uit 1092 tekeningen van 698 ontwerpers uit 44 verschillende landen. De **winnares** – de Française Alina Sossou Alamorean (39) – ontving de geldprijs van €5000 voor haar juweel **“La Cape Indomptable”**, een creatie vervaardigd uit staaldraad en ‘besprenkeld’ met diamanten. Toelichting vanwege de winnares: “Vrouwen gaan naar de opera gehuld in een cape die hen majestueus en verleidelijk maakt”. Na elke editie van de HRD Awards wordt het winnend juweel aan het Diamantmuseum geschonken.

Onder de finalisten bevonden zich in 2007 **twee Belgen: nnelies Weinberger (26)** die **“Tache de Beauté”** creëerde, een mondjuweel dat verwijst naar een 18de – eeuws gebruik. In die tijd behoorde een “mouche” (of mondjuweel) tot een vast ritueel bij het opmaken voor een avondje uit. Voor de tweede Belgische finalist **Timothé Windeshausen (29)** vormde de opera Pelléas et Mélisande van Claude Debussy (1862-1918) de inspiratiebron. Hierin verandert het erg lang haar van een van de personages in klimop.

Tot slot was er in het najaar van 2007 **“Bling Bling” (15/9 tot 31/12)**, **een expositie die verwees naar (de Amerikaanse) Hip Hop sterren die zich al meer dan 20 jaar tooien met zogenaamde ‘bling’.**

Een woord dat associaties oproept met roem, geld en vooral celebrities die zich volhangen met diamant en edele metalen om hun sterrenstatus te benadrukken. Het opzet van deze expositie was het cultuurhistorisch schetsen van de ‘way of living’ van de Amerikaanse (vooral zwarte) stedelijke



Departement Cultuur
Diamantmuseum Provincie Antwerpen
Koningin Astridplein 19 - 32 | B 2018 Antwerpen
T 03 202 48 90 | F 03 202 48 98
info@diamant.provant.be | www.diamantmuseum.be

cultuur (“street culture”) die een hoog show-off gehalte verheerlijkt door middel van “bling bling jewelry”.

Tijdens de vijfde Dag van de Cultuurcommunicatie (19/11/2007) mocht het Diamantmuseum Provincie Antwerpen voor “Bling Bling” **de Gouden Shot 2007** in ontvangst nemen. De Gouden Shot wordt georganiseerd door CultuurNet Vlaanderen vzw en bekroont jaarlijks het beste cultuurmarketingproject.

Het Diamantmuseum kreeg de trofee voor “**Bling Bling. De Kroonjuwelen van de Hip Hop**”, een zogen. GEPIMPTE tentoonstelling van en voor jongeren over de ‘bling’ of glamour van (vooral) Amerikaanse hiphopartiesten. De jury gaf aan gecharmeerd te zijn door zowel het strategisch zeer sterke dossier als de creatieve en spitse uitwerking er van. Het juryrapport is te lezen op <http://www.cultuurnet.be/front/home.action>.

Communicatiestrategie

Het Diamantmuseum won de Gouden Shot voor cultuurcommunicatie en licht hierbij een tip van de sluier m.b.t. zijn communicatiestrategie.

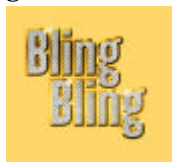
Omwille van de thematiek van de expositie, (*De Kroonjuwelen van de Hip Hop*, zocht het Diamantmuseum, naar extra (communicatie)kanalen om de primaire **doelgroep “jongeren”, - geïnteresseerd in hiphop (& R’n’B muziek)-**, te bereiken. Deze zoektocht heeft het museum onder meer geleid naar **Meeting of Styles**: een internationaal graffiti evenement dat jaarlijks plaats vindt in 19 steden over heel de wereld. Meeting of Styles bereikt dankzij het festival dat ze organiseert, de in hiphop (‘way of living’) geïnteresseerde jongeren, die het Diamantmuseum wilde warm maken voor het aspect *Bling Bling* (binnen de hiphop & R’n’B).

Restte de uitdaging om (via) een ‘warm’, in hiphop geïnteresseerd jongerenpubliek, een maximum aan jongeren in het Diamantmuseum te krijgen.

De *Bling Bling* ‘campagne’ omvat 3 communicatie-‘lijnen’, opgebouwd rond



een **campagnebeeld, ontwikkeld door ‘huis’vormgever Rob Marcelis**, in functie van een ‘ruime’ spreiding – visueel sterk, herkenbaar en gericht op ‘high impact’. Het campagnebeeld is terug te vinden op de leafletcover; op de affiche (3 formaten), op tramflanken, op roll up displays, op een gevelbanier etc...



een **online identiteit met als basis een speciale BLING BLING typografie**: BLING BLING is naar de primaire doelgroep (= de in “Urban Style” geïnteresseerde jongere) als apart merk gepositioneerd, met de bedoeling de primaire doelgroep aan te spreken.

Deze online identiteit is ontwikkeld voor:

* een speciale blogsite (www.bling-bling.be) de kern van de communicatie naar de primaire doelgroep.

* en voor de tentoonstellingscatalogus, die uitgewerkt is zoals een magazine, met bijdrages over zogenaamde *Bling Bling Essentials* (lifestyle, music, youth culture etc...) én een portret van

Antwerpen als hiphopstad. Omwille van het ‘jongeren’ opzet van *Bling Bling*, verkrijgt wie +12 en -26



Departement Cultuur
Diamantmuseum Provincie Antwerpen
Koningin Astridplein 19 - 32 | B 2018 Antwerpen
T 03 202 48 90 | F 03 202 48 98
info@diamant.provant.be | www.diamantmuseum.be

jaar is wanneer hij/zij de tentoonstelling bezoekt, de *Bling Bling*-catalogus aan kortingtarief: € 10 voor het toegangsticket+magazine. De normale verkoopprijs bedraagt € 7,5.

3/ een **eigen 'look & feel'** als resultaat van de jongerenwerking, gerealiseerd zonder al te veel sturing vanuit het Diamantmuseum én terug te vinden in

- de scenografie van de expositie en
- bijv. in twee grafische ontwerpen die de etalage van het Diamantmuseum sieren: deze ontwerpen zoomen in op *Bling Bling*- iconen uit de rijkelijk gevulde hiphop-geschiedenis.

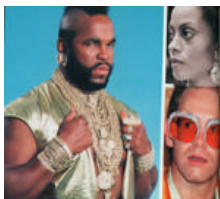
Dankzij samenwerkingsverbanden met partners zoals Meeting of Styles maar bijvoorbeeld ook **de Roma via "de Roma Cinema"** trachtte het Diamantmuseum de primair beoogde doelgroep extra te benaderen. De Roma Cinema presenteerde tijdens de duur van *Bling Bling* een reeks hiphop films, telkens op woensdag (i.s.m. Perspectief Filmfestival uitzonderlijk 2x op een donderdag).

Het Diamantmuseum is normaliter gesloten op woensdag, maar tijdens de duur van de expositie was het museum uitzonderlijk ook geopend op woensdagnamiddag, telkens van 13u tot 17u30.

Wie op woensdagnamiddag *Bling Bling* bezocht, kreeg voor zijn afgestempeld museumticket op dezelfde dag bij een bezoek aan de hiphop gerelateerde films in De Roma (www.deroma.be) een GRATIS drankje ter waarde van € 1,5.

Dankzij **flexibele (extra) openingsuren en extra (thematisch gelinkte) randactiviteiten** zoals de hiphop films, trachtte het Diamantmuseum de primair beoogde jongeren extra te motiveren om *Bling Bling* te bezoeken. Tijdens de duur van *Bling Bling* liep er een **publieksonderzoek** in 5 talen dat onder meer polst naar de

- (on)tevredenheid m.b.t. de presentatie/ gebruikte informatiedragers (bijschriften of labels; videocompilaties over hiphop en *Bling Bling*) etc...
- de eindindruk van de tentoonstelling- en dit aan de hand van contrasterende 'uitspraken' etc...



Meer info:

Dhr. Lien Ruttyn

Tel.: +32 (0)3 202 48 91

Email: lien.ruttyn@diamant.provant.be