

# LADDERONDERBOUWING MUSEUM OF CONTEMPORARY ART FOR AMSTERDAM

15 JULI 2022





# **LADDERONDERBOUWING MUSEUM OF CONTEMPORARY ART FOR AMSTERDAM**

15 JULI 2022

**Status:**

Definitief eindrapport

**Datum:**

15 juli 2022

**Een product van:**

Bureau Stedelijke Planning bv  
Silodam 1E  
1013 AL Amsterdam  
020 - 625 42 67  
[www.stedplan.nl](http://www.stedplan.nl)  
[amsterdam@stedplan.nl](mailto:amsterdam@stedplan.nl)

Team Vrije tijd

Drs. Ingrid Ploegmakers MRICS

Rard Claessen MSc

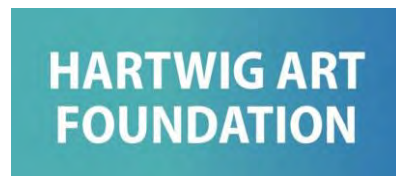
Voor meer informatie: Drs. Ingrid Ploegmakers MRICS, [ip@stedplan.nl](mailto:ip@stedplan.nl)

**Review:**

Drs. Toine Hooft

**In opdracht van:**

Stichting Hartwig Art Foundation



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 52100440

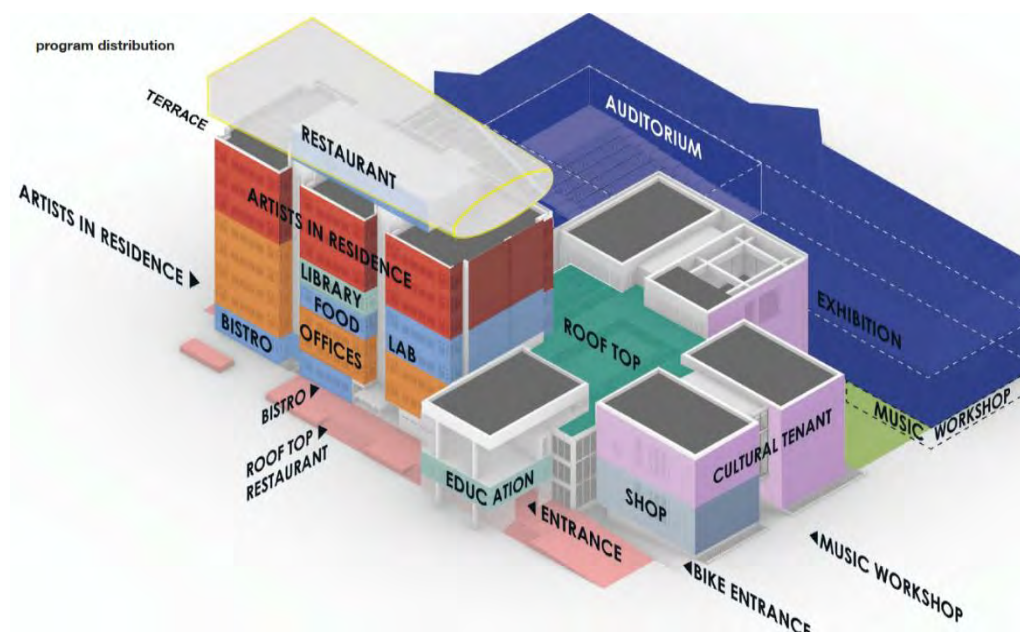
Referentie: 52100440 Hartwig Art Foundation MCA LDV\_150722

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| SAMENVATTING                                        | 7         |
| INLEIDING                                           | 8         |
| <b>1 POSITIONERING EN PROGRAMMERING MCA</b> .....   | <b>10</b> |
| 1.1 LIGGING MCA EN POSITIONERING ZUIDAS             |           |
| 1.2 POSITIONERING MCA                               |           |
| 1.3 PROGRAMMERING MUSEUM                            |           |
| 1.4 BEOOGDE DOELGROEPEN MCA                         |           |
| 1.5 CONCLUSIE POSITIONERING EN PROGRAMMA            |           |
| <b>2 RELEVANT BELEID</b> .....                      | <b>15</b> |
| 2.1 RELEVANTE BELEIDSDOCUMENTEN                     |           |
| 2.2 BESTEMMINGSPLAN                                 |           |
| 2.3 CONFRONTATIE MCA MET BELEID                     |           |
| <b>3 BEHOEFTERAMING MUSEUM</b> .....                | <b>19</b> |
| 3.1 KWANTITATIEVE BEHOEFTE                          |           |
| 3.2 KWALITATIEVE BEHOEFTE MCA                       |           |
| <b>4 MOTIVATIE BEHOEFTE NEVENFUNCTIES MCA</b> ..... | <b>27</b> |
| 4.1 CULTURELE HORECA                                |           |
| 4.2 MUSEUMWINKEL                                    |           |
| <b>5 RUIMTELIJKE EFFECTEN</b> .....                 | <b>33</b> |
| 5.1 EFFECTEN OP OMLIGGENDE MUSEA                    |           |
| 5.2 RUIMTELIJKE EFFECTEN                            |           |



## SAMENVATTING

Het Museum of Contemporary Art for Amsterdam (MCA) is een **particulier initiatief** voor een nieuw en eigentijds museum in het gebouw van de voormalige rechtbank aan de Paranassusweg 220 op de Amsterdamse Zuidas. Het MCA bestaat uit een museum met tentoonstellingsruimtes van verschillende functies en groottes inclusief werkplekken voor kunstenaars en bijbehorende facilitaire ruimtes (in totaal ca. 13.950 m<sup>2</sup> bvo), 1.900 m<sup>2</sup> voor ateliers en tijdelijke verblijfsruimte Artists-in-Residence (AiR), 1.600 m<sup>2</sup> kantoorruimte en 1.900 m<sup>2</sup> bvo aan culturele horeca en 150 m<sup>2</sup> bvo aan museumwinkel.



FIGUUR 1 RUIMTELIJKE VERDELING PROGRAMMERING  
Bron: Stichting Hartwig Art Foundation

Het beoogde museum valt te kwalificeren als nieuwe stedelijke ontwikkeling, waarop de Ladder voor duurzame verstedelijking van toepassing is. In deze rapportage is aangetoond dat 1) het MCA past binnen de beleidskaders en-ambities van de stad Amsterdam en de Zuidas, 2) het MCA voorziet in een behoefte, kwantitatief en kwalitatief, 3) de ruimtelijke effecten aanvaardbaar zijn en 4) het initiatief daarmee de toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking doorstaat.

## INLEIDING

### AANLEIDING >>

Er zijn concrete plannen om in het voormalige Rechtbankgebouw aan de Parnassusweg 220 in Amsterdam een museum nieuwe stijl te ontwikkelen; Museum of Contemporary Art for Amsterdam (MCA). Het voormalige Rechtbankgebouw heeft een monumentale status. In het monumentale deel plus gedeeltelijke nieuwbouw komt het museum. MCA wordt een belevenismuseum vanuit een sterke functiemenging; een museaal totaalconcept. Het museum, de culturele horeca en de museumwinkel vormen een geheel, waarbij het museum een ontmoetingsplaats wordt voor bezoekers en kunstenaars die kunst, creativiteit en creatie combineren met verblijf en ontspanning. Hierbij horen ook de muziekkelder, Foodlab, de ateliers en de Artists-in-Residence (AiR); integrale onderdelen van één en hetzelfde concept. De ene functie kan niet zonder de andere en lopen in elkaar over en door elkaar heen. De gemene deler is de maatschappelijke en culturele functie van het museumconcept.

Het beoogde museum valt te kwalificeren als nieuwe stedelijke ontwikkeling als bedoeld in artikel 1.1.1 lid 1 aanhef en onder i Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Op grond van artikel 3.1.6 lid 2 in het Besluit Ruimtelijke ordening (Bro) dienen nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard gemotiveerd te worden met behulp van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking. De Ladder vereist dat de behoefte aan het museum inzichtelijk wordt gemaakt, kwantitatief (in aantallen en meters) en kwalitatief (qua concept, programmering, doelgroep en locatie).

### CENTRALE VRAAG EN DOEL >>

De initiatiefnemer, Stichting Hartwig Art Foundation, heeft Bureau Stedelijke Planning gevraagd de Ladderonderbouwing te verzorgen. De centrale vraag luidt:

*Voorziet het MCA in een behoefte, kwantitatief en kwalitatief, en zijn de ruimtelijke effecten aanvaardbaar en kan het daarmee de toets aan de Ladder voor duurzame verstedelijking doorstaan?*

De uitkomsten van de Ladderonderbouwingen vormen een belangrijke onderlegger voor de verdere planprocedure en het afsprakenkader tussen de gemeente Amsterdam en de initiatiefnemer.

## LEESWIJZER &gt;&gt;

Deze rapportage geeft een uitgebreide Ladderonderbouwing van het beoogde museale totaalconcept en een beknopte motivatie van de belangrijkste nevenfuncties, die onlosmakelijk onderdeel uitmaken van het concept, te weten: culturele horeca, Foodlab en museumwinkel.

Het rapport kent de volgende hoofdstukopzet:

1. Positionering en programmering MCA
2. Relevant beleid
3. Behoefteraming museum (MCA totaalconcept)
4. Motivatie nevenfuncties MCA: culturele horeca en museumwinkel
5. Ruimtelijke effecten



men met het OV slechts een kwartier van zowel het Museumplein als Amsterdam Centraal is verwijderd.

Station Zuid wordt op termijn hét intercity station van Amsterdam en Nederland, waar ook alle internationale treinen op aansluiten. In de toekomst maken naar verwachting ruim 250.000 reizigers dagelijks gebruik van het station.

## 1.2 POSITIONERING MCA

Het MCA ambieert ambitieuze tentoonstellingen en andere vormen van kunst. De ambitie is samen te vatten in een drietal pijlers:

- Een toonaangevend internationaal museum.
- Hedendaagse kunst met een nieuw transformatief karakter.
- Een state-of the art tentoonstellingsruimte, zonder eigen collectie, met een uitdagend en gevarieerd programma.

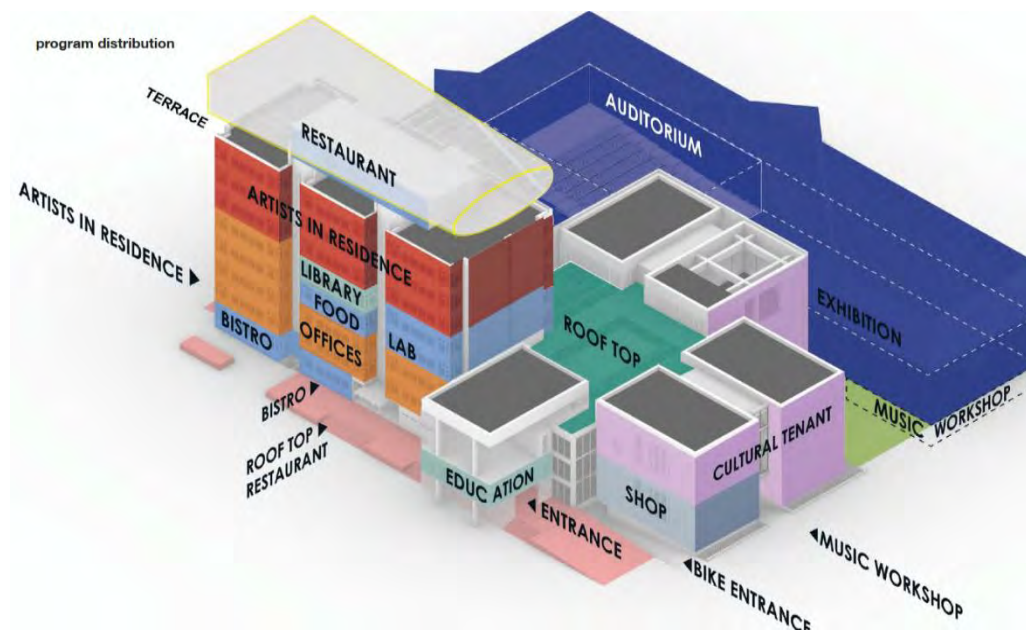
Vanuit de wens bij te dragen aan nationaal cultureel erfgoed en collecties van de toekomst, wordt een ruimte ingericht voor het actief produceren van kunst. Daarbij wil het museum aan de ene kant internationale samenwerkingen aangaan en aan de andere kant het Amsterdamse kunstlandschap versterken door een lokale verankering.

Het MCA wil onderscheidend zijn door experimenteerruimte te bieden en bij te dragen aan talentontwikkeling, educatie en kennisuitwisseling. Het plan is om ateliers en verblijfsruimte te creëren voor Artists-in-Residence (AiR), lokale en (inter)nationale kunstenaars en partnerinstellingen. Het MCA ambieert ook een platform te bieden aan lokale, opkomende kunstenaars en presentatie-instellingen. Dergelijke instellingen kunnen gebruik maken van de faciliteiten van het MCA.

Uniek aan het MCA is het concept; een **dynamisch internationaal programma en platform** en een nieuw soort museum. Het MCA ambieert een ontmoetingsplaats te worden voor veel (jonge) Amsterdammers; een vernieuwend museum waarin kunst, creativiteit en creatie worden gecombineerd met verblijf en ontspanning; de museumshop en aanwezige culturele horeca vormen geen losse onderdelen, maar maken deel uit van een algehele experience. De voormalige Rechtbank behoudt zo een maatschappelijke functie. Stichting Hartwig Art Foundation neemt de volledige financiering van het MCA voor haar rekening. Daarbij wenst de stichting het museum langdurig te exploiteren en worden eventuele verliezen/tekorten door Stichting Hartwig Art Foundation opgevangen. Om oneerlijke concurrentie tegen te gaan gaat het museum entree heffen.

### 1.3 PROGRAMMERING MUSEUM

Het Museum of Contemporary Art for Amsterdam (MCA) beslaat in zijn totaliteit maximaal **ca. 19.500 m<sup>2</sup> brutovloeroppervlakte (bvo)**, conform het ontwerp bestemmingsplan. Daarvan wordt ca. 13.950 m<sup>2</sup> bvo ingericht voor tentoonstellingen (waaronder Foodlab) in verschillende ruimtes en groottes werkplekken voor kunstenaars en bijbehorende facilitaire ruimtes, 1.900 m<sup>2</sup> bvo voor ateliers annex tijdelijke verblijfsruimte Artists-in-Residence (AiR) en 1.600 m<sup>2</sup> bvo kantoorruimte medewerkers cultuur.



FIGUUR 3 RUIMTELIJKE VERDELING PROGRAMMERING

Bron: Stichting Hartwig Art Foundation, 2022

Er is ook ruimte voor ondersteunende functies, bestaande uit culturele horeca en een museumwinkel. Deze functies nemen in totaal 2.050 m<sup>2</sup> bvo in beslag, oftewel circa een achtste van de totale omvang. De ondersteunende functies zijn een integraal onderdeel van het museale programma en het culturele totaalconcept. Ze worden geëxploiteerd door de stichting van het museum. Opbrengsten uit de culturele horeca komen ten goede aan de stichting, die garant staat voor het functioneren van het MCA als geheel. Per ondersteunende functie is het volgende planologisch maximum opgenomen in het bestemmingsplan:

| RUIMTE                         | OPPERVLAK IN M <sup>2</sup> BVO |
|--------------------------------|---------------------------------|
| Museumbistro (terras)          | 400 (200)                       |
| Museumrestaurant ((dak)terras) | 800 (400)                       |
| Muziekkelder                   | 700                             |
| Museumwinkel                   | 150                             |
| <b>TOTAAL (terras)</b>         | <b>2.050 (600)</b>              |

TABEL 1 OVERZICHT RUIMTELIJK PROGRAMMA ONDERSTEUNENDE FUNCTIES

Bron: ontwerpbestemmingsplan Zuidas-Parnas Parnassusweg 220 partiele herziening

## 1.4 BEOOGDE DOELGROEPEN MCA

MCA richt zich op de volgende doelgroepen:

- Bezoekers met interesse in kunst en cultuur en/of elkaar willen ontmoeten in een creatieve en inspirerende omgeving = publieksbezoekers.
- Kunstenaars, kunststudenten = professionele bezoekers / gebruikers.

### PUBLIEKSBEZOEKERS >>

Deze doelgroep valt uiteen in de volgende subdoelgroepen:

- Toeristen en dagjesmensen van buiten Amsterdam. Het gaat bij deze doelgroep om toeristen uit binnen- en buitenland en dagjesmensen die Amsterdam bezoeken en interesse hebben in kunst en cultuur. Het MCA vormt een krachtige aanvulling op het kunstaanbod rond het Museumplein. De bereikbaarheid van het museum is goed, waardoor het voor deze doelgroep ondanks het feit dat het museum niet in het centrum van Amsterdam ligt, geen probleem is om naar het museum te komen. Ook werknemers en studenten van buiten Amsterdam die na hun werk of collegetijd het museum bezoeken vallen hier onder.
- Bezoekers uit Amsterdam. Het concept met haar ontmoetingsfunctie zorgt er voor dat ook Amsterdammers het concept gaan gebruiken, zowel inwoners van de Zuidas als inwoners uit andere stadsdelen.

### PROFESSIONELE BEZOEKERS / GEBRUIKERS >>

Het MCA wordt een ontmoetingsplek voor kunstenaars, kunstinstellingen en studenten die aan de slag gaan op artistiek gebied. Er komen samenwerkingen met internationale en nationale kunstenaars, kunstinstellingen, kunstcuratoren en deskundigen op het gebied van sociale- en natuurwetenschappen, wetenschapstheorie, literatuur, filosofie, architectuur, design en andere disciplines. Zij gaan het artistieke werkterrein verruimen. Het museum gaat scholingstrajecten en workshops aanbieden voor verschillende publieks- en leeftijdsgroepen. Daarnaast komen er vernieuwende faciliteiten om boeken, films en digitale media te produceren. Alles gebeurt vanuit een open karakter zodat ook andere doelgroepen deel uit kunnen maken van de kunstontmoetingsfunctie van het MCA.

De muziekkelder trekt diverse gemeenschappen vanuit de lokale 'art community', waarbij men eigenaarschap kan nemen door een eigen, specifiek aan het museum gelieerde, programmering te realiseren; van dans tot muziek en alles daartussenin.

## 1.5 CONCLUSIE POSITIONERING EN PROGRAMMA

De Zuidas, het gebied waar MCA onderdeel van uit gaat maken, is tot nu toe voornamelijk een kantorenlocatie, waar ook de Vrije Universiteit (VU) en ziekenhuis het VUmc gelegen zijn. De komende jaren ontwikkelt de locatie zich tot een multifunctioneel gebied waar gewoond, gewerkt en gerecreëerd wordt. Het museum heeft een uitstekende multimodale bereikbaarheid. De komende jaren verbetert vooral de OV bereikbaarheid verder door de groei van Station Zuid . De autobereikbaarheid is goed. De ring van Amsterdam ligt naast het gebouw. Parkeren is mogelijk in de diverse parkeergarages in de omgeving. De parkeerkosten in het gebied zijn relatief hoog.

Het museum richt zich op (inter)nationale toeristen en dagjesmensen en inwoners van Amsterdam. De bezoekers worden naar het MCA getrokken vanwege haar functies als ontmoetingsplaats waar vernieuwende, toonaangevende kunst kan worden beleefd en gecreëerd. In het MCA lopen bezoekers, deskundigen, kunstinstellingen, studenten en onderzoekers door elkaar heen en genieten, bestuderen en creëren kunst. Het museum vormt een mix van tentoonstellingsruimtes, culturele horeca en plekken waar museumproducten te koop zijn (museumwinkel), waar muziek kan worden gemaakt (muziekkelder), geëxperimenteerd wordt met voedsel (Foodlab) en ateliers en kantoor- en tijdelijke verblijfsruimtes. Vanuit deze insteek behoudt de plek haar maatschappelijke functie.

## 2 RELEVANT BELEID

In dit hoofdstuk is het relevante beleid dat zich richt op MCA belicht. De eerste paragraaf belicht de relevante beleidsdocumenten. Paragraaf 2.2 gaat specifiek in op het bestemmingsplan. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een confrontatie van het MCA aan het beleid in paragraaf 2.3.

### 2.1 RELEVANTE BELEIDSDOCUMENTEN

CULTUREEL / MAATSCHAPPELIJK BELEID >>

| OVERHEIDS-INSTANTIE      | BELEIDSFOCUS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Provincie Noord-Holland  | <b>Beleidskader erfgoed en cultuur 2022</b><br>De provincie heeft geen specifiek beleid c.q. richtlijnen omtrent de kunst- en cultuursector (in Amsterdam). Wel benadrukt de provincie dat cultuur bijdraagt aan de kwaliteit van de leefomgeving en zorgt voor een aantrekkelijk woon- en verblijfsklimaat. Ook wordt aangegeven dat de vele bezoekers vanuit binnen- en buitenland voor druk op culturele en toeristische voorzieningen zorgen, waar oplossingen voor moeten komen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Metropoolregio Amsterdam | <b>Meer dan de delen – Programma Kunst, Cultuur &amp; Erfgoed</b><br>De Metropoolregio Amsterdam kaart (ruimtelijke) spreiding, kennisdeling, afstemming en samenwerking op het gebied van programma en beleid en culturele diversiteit aan als kansen voor de ontwikkeling van kunst en cultuur in de deelregio. De prioriteit ligt bij behoud en ontwikkeling van broedplaatsen, atelierwoningen en de ontwikkeling van makers, creatievelingen en talenten binnen de MRA, terwijl ze een band vormen met de lokale omgeving.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Gemeente Amsterdam       | <b>Visie Zuidas 2016</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internationaal en ambitieus;</li> <li>• Zuidas toegankelijk maken voor een breder publiek;</li> <li>• De aanwezigheid en zichtbaarheid van kunst en cultuur versterken als één van de dragers van het gebied;</li> <li>• Station Zuid wordt een belangrijke internationale ontvangsthuis voor buitenlandse bezoekers in Amsterdam;</li> <li>• Verder inzetten op hoogwaardige voorzieningen geeft een impuls aan de aantrekkelijkheid van de Zuidas als toeristische bestemming. Dit draagt bij aan een betere spreiding van toerisme in Amsterdam (Stad in Balans);</li> <li>• Zuidas heeft behoefte aan voorzieningen die (de levendigheid van) het gebied versterken als aantrekkelijk internationaal zakenmilieu; denk hierbij o.a. aan tophotels, uitgaansgelegenheden en hoogwaardige culturele voorzieningen;</li> </ul> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creativiteit en economie zijn, zeker in Amsterdam, met elkaar verweven. Een wervend cultureel klimaat is voor de ontwikkeling van Zuidas onmisbaar. Kunst en cultuur in de breedste zin geven het stadsgebied karakter en identiteit.</li> <li>• Om een wervend cultureel klimaat in Zuidas te realiseren, wil de gemeente Amsterdam op verschillende plekken ruimte bieden aan kunst- en cultuurinstellingen en voorwaarden scheppen om plekken (zowel in de openbare ruimte als in de gebouwen) creatief en artistiek te programmeren.</li> </ul> <p><b>Omgevingsvisie Amsterdam 2050</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amsterdam wenst rondom station Zuid een nieuw centrum van Amsterdam te creëren; een hoogstedelijke kern, met clustering van kennisintensieve bedrijven, wonen, werken en lokale, stedelijke en grootstedelijke voorzieningen, waaronder nieuwe culturele initiatieven.</li> <li>• Zuidas groeit door als integraal onderdeel van het stedelijk weefsel; een bestemming voor alle Amsterdammers. Het verbinden van Zuidas met omliggende wijken, zowel ruimtelijk als programmatisch, is een belangrijke opgave.</li> <li>• Verschillende plekken in de stad, waaronder de Zuidas, hebben de potentie (door de goede bereikbaarheid, het reeds aanwezige voorzieningenaanbod of de landschappelijke kwaliteit) om tot stedelijke plek uit te groeien. Soms zijn ze al van grote betekenis voor de stad (zoals de Amsterdamse Poort en de Zuidas) en gaat het om de uitbreiding van deze betekenis. Deze plekken komen in principe als eerste in aanmerking als een locatie voor een grootstedelijke voorziening wordt gezocht. Het zijn plekken die voor zowel mensen uit de directe omgeving, als uit de stad als geheel en de regio het bezoeken waard zijn. Je kunt er bijvoorbeeld sporten, naar een museum, buiten afspreken, een opleiding volgen en boodschappen doen. Ze hebben of een sterk stedelijk karakter of ontleen hun kwaliteit aan hun landschappelijke ligging.</li> </ul> |
|  | <p><b>Ruimte voor Kunst en Cultuur– Strategisch Huisvestingsplan Kunst-en Cultuur 2020 - 2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultuur hoort in de hele stad. De gemeente poogt cultuur via nieuwe cultuurpanden beter te spreiden over de stad; een betere geografische spreiding van het cultuuraanbod.</li> <li>• Inzetten op de realisatie van nieuwe grootstedelijke culturele voorzieningen buiten het centrum; daar waar nieuwe grote woonwijken gerealiseerd worden en nieuwe behoeften en kansen ontstaan. Zuidas behoort tot de onderzochte strategische locaties.</li> </ul> <p><b>Amsterdamse Kunstenplan 2021 – 2024</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amsterdam zet in op kunst en cultuur. In het Amsterdamse Kunstenplan ontvangen 162 kunst- en cultuurinstellingen een vierjarige subsidie voor de periode 2021 – 2024. Het gaat om een grote verscheidenheid aan culturele organisaties; van musea, theaters, filmhuizen en podia, tot culturele platforms, gezelschappen en cultuureducatie. Van groot tot klein en van gerenommeerd tot nieuw en onbekend. Deze instellingen zijn verdeeld over de hele stad.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## TERRASSENBELEID &gt;&gt;

Amsterdam kent het Stedelijk kader Terrasbeleid, uitgewerkt in beleidsplannen per stadsdeel. Dit heeft betrekking op terrassen in de openbare ruimte, niet op particuliere grond of daken.

## MUSEUMWINKEL &gt;&gt;

Detailhandel buiten winkelgebieden is mogelijk in de vorm van ondersteunende detailhandel. Detailhandel is ondersteunend wanneer maximaal 20% van het bvo van de cultuurinstelling bestaat uit winkelruimte. Verder dient de exploitant dezelfde te zijn als die van de hoofdfunctie. Voor ondersteunende winkels, zoals een museumwinkel, geldt een maximum omvang van 50 m<sup>2</sup> bvo.<sup>1</sup>

## 2.2 BESTEMMINGSPLAN

Het nu geldende bestemmingsplan 'Zuidas-Parnas' is vastgesteld op 9 september 2015. De gronden kennen op basis van dit bestemmingsplan de bestemming 'Maatschappelijk – 1'. De momenteel voor 'Maatschappelijk - 1' aangewezen gronden zijn bestemd voor de rechtbank, met inbegrip van de voormalige zittingzalen, kantoorruimte, hechtenis, foyer en dergelijke. De regels met betrekking tot het bouwen zijn conserverend van aard. In het huidige bestemmingsplan is geen ruimte voor een museum.

In het huidige ontwerpbestemmingsplan Zuidas-Parnas Parnassusweg 220 partiele herziening is voor het perceel Parnassusweg 220 de bestemming 'Cultuur en ontspanning' opgenomen. Het bestemmingsplan hanteert de volgende uitgangspunten voor die bestemming, waarbij rekening is gehouden met de uitgangspunten vanuit vigerend beleid:

- Maximum bruto vloeroppervlak (bvo) totaal: 19.500 m<sup>2</sup>.
- Horeca van categorie 6 is uitsluitend toegestaan indien en zo lang museum de hoofdactiviteit in het gebouw vormt.
- Maximum bvo van horecacategorie 6:
  - Bistro: 400 m<sup>2</sup>;
  - Restaurant: 800 m<sup>2</sup>;
  - Muziekkelder: 700 m<sup>2</sup>.
- Bij en ten behoeve van de bistro en het restaurant zijn uitsluitend op daartoe aangewezen plekken dakterrassen toegestaan die voor horeca van categorie 6 mogen worden gebruikt;
- Maximum bvo Artists-in-Residence: 1.900 m<sup>2</sup>, met een maximum aantal verblijfsunits van 30;
- Maximum bvo ondersteunende detailhandel (museumwinkel): 150 m<sup>2</sup>.
- Maximum bvo kantoorruimten: 1.600 m<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Detailhandelsbeleid Amsterdam 2018-2022

Het voorliggende bestemmingsplan houdt rekening met de uitgangspunten uit het beleid. Het bestemmingsplan richt zich, naast de gewijzigde bestemming, hoofdzakelijk op het omkaderen van de ondersteunende activiteiten; horeca en detailhandel. Het plan voorziet niet in zelfstandige detailhandel. Detailhandel is alleen toegestaan in ondersteunende vorm als onderdeel van het museum. Beide museumterrassen bij de culturele horeca zijn gesitueerd binnen de kavelgrens. Het terras van de museumbistro valt binnen de eigen kavel en wordt duidelijk ingekaderd door middel van materialisatie en/of niveauverschillen. Het buitenterras van het museumrestaurant is gepositioneerd op het bestaande dak van de monumentale toren, op de 8e verdieping. Het gaat hierbij nadrukkelijk niet om buitenterassen op maaiveld die ruimte onttrekken aan de openbare ruimte en/of rijweg. De mogelijkheid om een buitenruimte bij deze functies te betrekken verrijkt de beleving van de bezoekers van het museum en voegt levendigheid toe aan deze maatschappelijke publieksfunctie op de Zuidas.

## 2.3 CONFRONTATIE MCA MET BELEID

De beleidsfocus van de verschillende overheden richt zich op een versterking van de culturele sector. Amsterdam groeit waarmee de behoefte aan culture voorzieningen toeneemt. De Zuidas is sterk in ontwikkeling en aangewezen als toekomstig bronpunt voor internationale bezoekers. Het gebied moet zich gaan ontwikkelen als gemengd werk-, woon- en verblijfsgebied. Het culturele aanbod in het gebied is beperkt aanwezig. **Het oorspronkelijke idee was om bibliotheek OBA NEXT op de Zuidas te situeren. Op 25 mei 2022 heeft het nieuwe Amsterdamse college van B&W met het coalitieakkoord aangegeven de bibliotheek te gaan situeren in stadsdeel Zuidoost. Dit betekent dat er buiten de bioscoop geen grote culturele functies op de Zuidas zijn gepland. Dit maakt de komst van het MCA des te wenselijker.** MCA draagt in sterke mate bij aan een verruiming van de verblijfs- en belevingsfunctie van de Zuidas, zoals nagestreefd in de gemeentelijke Omgevingsvisie. Niet alleen geeft MCA een impuls aan de aantrekkelijkheid en uitstraling van de Zuidas; het draagt ook bij aan de wens van de gemeente Amsterdam op het spreiden van toerisme om het centrum te ontlasten. Vanuit de focus op de ontmoetingsfunctie krijgt MCA ook een maatschappelijke functie op het gebied van kunst, creatie en creativiteit in de stad.

Bij het opstellen van het conceptinitiatief en het ontwerpbestemmingsplan is rekening gehouden met en ingespeeld op vigerend beleid. Culturele horeca is mogelijk door middel van horeca categorie 6, waarbij zelfstandige horeca is gekoppeld aan een culturele functie. Voor 'ondergeschikte detailhandel' geldt binnen het gemeentelijk detailhandelsbeleid een plafond van 50 m<sup>2</sup>. De beoogde museumwinkel heeft een oppervlakte (bvo) van 150 m<sup>2</sup> in plaats van de maximaal toegestane 50 m<sup>2</sup> bij ondergeschikte detailhandel. In het ontwerpbestemmingsplan is onderbouwd waarom voor dit museum een bvo van 150 m<sup>2</sup> ondergeschikte detailhandel ruimtelijk inpasbaar wordt geacht. In hoofdstuk 4 gaan we hier nader op in.

### 3 BEHOEFTERAMING MUSEUM

MCA krijgt een omvang van 19.500 m<sup>2</sup> bvo. 13.950 m<sup>2</sup> bvo daarvan wordt ingenomen door tentoonstellingsruimtes van verschillende groottes werkplekken voor kunstenaars en bijbehorende facilitaire ruimtes, 1.900 m<sup>2</sup> voor ateliers / verblijfsruimte Artists-in-Residence (AiR) en 1.600 m<sup>2</sup> kantoorruimte voor medewerkers van culturele instellingen. De Ladder vergt dat de behoefte aan deze nieuwe stedelijke voorziening zowel kwantitatief als kwalitatief inzichtelijk wordt gemaakt. De kwantitatieve behoefte is het residu van de te verwachte (extra) vraag in het onderzoeksgebied voor de komende tien jaar minus het relevante planaanbod. Paragraaf 3.1 gaat hier op in. Kwalitatief gaat het om de behoefte aan het specifieke segment of locatie(type). Dit is uitgewerkt in paragraaf 3.2. Afgesloten is met conclusies in paragraaf 3.3.

#### 3.1 KWANTITATIEVE BEHOEFTE

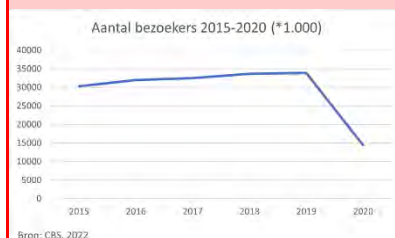
##### ANALYSE VAN DE VRAAG >>

Bepalend voor de vraagkant is het bezoek aan musea. Aan de vraagzijde zien we de volgende ontwikkelen:

## TRENDS EN ONTWIKKELINGEN VRAAGKANT – MUSEA

## NEDERLAND

In de museale wereld is de groei van het aantal bezoeken zeer sterk. Sinds 2009 en 2020 zijn de bezoekersaantallen bij musea fors toegenomen. Tussen 2015 en 2019 was de stijging gemiddeld 2,8% per jaar. 2020 liet als gevolg van Corona echter een forse daling zien. Bekend is dat 2021 nog dramatischer was. Nu de musea weer open zijn gaat ABN Amro uit van herstel in 2023 naar het niveau van 2019, waarna zij verwachten dat het bezoek de stijgende tendens van voor Corona blijft volgen. Dit heeft te maken met de toenemende behoefte aan dagjes uit in combinatie met een toenemende interesse in kunst en cultuur.



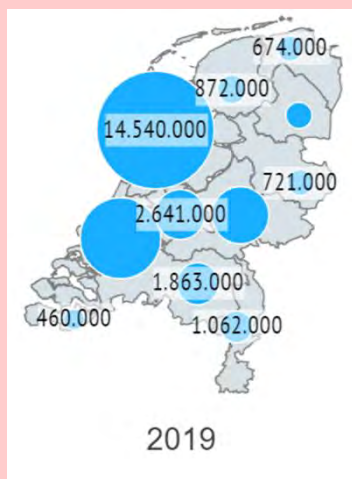
Kijkende naar de periode 2009 en 2016 zien we dat de bezoekerstoename het grootst is bij musea met beeldende kunst (+89% tussen 2009 en 2016). Ook realiseerden de door het Rijk gesubsidieerde musea een forse toename (+81% tussen 2009 en 2016 procent).

Musea kennen de volgende bezoekerstrends:

- Negen op de 10 NL van zes jaar en ouder bezoekt ten minste 1x per jaar een culturele voorstelling, tentoonstelling, evenement of instelling bezoekt.
- 8% van de NL bevolking bezit een museumjaarkaart. Zij bezochten in 2019 gemiddeld 6,7 keer per jaar een museum, een stijging ten opzichte van 2018.
- Opvallend is dat steeds meer jeugd een bezoek aan musea brengt. Basisscholen nemen museumbezoek steeds vaker op in hun programma.
- 69% van het aantal bezoeken aan musea is afkomstig vanuit de NL markt. De rest zijn buitenlanders.

## AMSTERDAM

Binnen Nederland kent de provincie Noord-Holland en binnen de provincie Amsterdam de meeste museumbezoeken. Er ligt dan ook een sterke druk op Amsterdam.



Het aantal toeristen in Amsterdam is de afgelopen 20 jaar fors toegenomen. Toeristen komen uit binnen- en buitenland. Door corona heeft de toerismesector (deels) in 2020 en 2021 lange tijd stil gelegen. Vanaf 2024 verwacht het NBTC dat het toerisme weer op het niveau van 2019 ligt en verder groeit - 'Een vandaag' verwacht een verdubbeling tussen 2010 en 2030. Het enorme aantal toeristen bedreigt de leefbaarheid van vooral de binnenstad. De gemeente richt zich op spreiding van de toeristen over de stad heen.



Binnen de MRA ligt de focus op het ontlasten van (het centrum van) Amsterdam. Vanuit die invalshoek wordt meer cultuur in de omliggende stadsdelen toegejuicht.



Uit de trends blijkt dat steeds meer mensen musea bezoeken. De verwachting is dat deze tendens onveranderd blijft. De gemeente Amsterdam richt zich op spreiding van het culturele aanbod om de druk van toeristen op de binnenstad te verminderen. Hier ligt een kans voor het MCA.

Het MCA krijgt een bijzonder concept. We verwachten dat het MCA bezoekers uit heel Nederland en daar buiten gaat trekken (internationale bezoekers). Als primair verzorgingsgebied worden de provincie Flevoland, Noord-Holland, Zuid Holland en Utrecht aangehouden; een breder gebied dus dan alleen de MRA.

| PRIMAIRE VERZORGINGSGEBIED                       | HUDIG INWONERTAL | INWONERTAL 2030  |
|--------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Gemeente Amsterdam                               | 872.740          | 1.003.080        |
| Provincie Noord-Holland incl. gemeente Amsterdam | 2.879.530        | 3.180.710        |
| Provincie Flevoland                              | 423.020          | 473.140          |
| Provincie Zuid-Holland                           | 3.708.700        | 4.029.350        |
| Provincie Utrecht                                | 1.354.830        | 1.479.420        |
| <b>Totaal 4 provincies</b>                       | <b>8.366.080</b> | <b>9.162.620</b> |

TABEL 2 HUDIGE EN TOEKOMSTIGE INWONERTAL VERZORGINGSGEBIED MUSEUM PARNASSUSWEG

Bron: CBS Statline, Primos bevolkingsprognose, 2021

Uit de tabel hierboven blijkt dat de bevolking in Amsterdam met 15% groeit tot 2030. In het gehele primaire verzorgingsgebied gaat het om een groei van 10%. Het aantal toeristen (bezoekers woonachtig buiten Amsterdam) verdubbelt ook tussen 2010 en 2030. Voor een deel vallen hier de inwoners van het primaire verzorgingsgebied onder, maar vooral mensen van buiten dat gebied en internationale toeristen. Op alle vlakken betekent dit meer draagvlak voor culturele voorzieningen, waaronder musea.

#### ANALYSE VAN HET AANBOD >>

| TRENDS EN ONTWIKKELINGEN AANBOD – KUNST, CULTUUR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| NEDERLAND                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                            |
| Inspelend op de behoefte van bezoekers nemen musea steeds meer belevingsaspecten op als onderdeel van hun concept. Daar waar het bij beeldende kunst twee decennia geleden primair ging om toonzalen gaat het nu om ontmoetings- en ervaringsplekken waar ook nog kunst te zien is. Vanuit die ontwikkeling maakt horeca integraal onderdeel uit van de huidige musea en zijn musea niet alleen meer overdag tussen 10.00 en 17.00 uur open, maar vinden er ook allerlei activiteiten 's avonds plaats. | Veel musea worden gesubsidieerd. De overheid heeft de subsidies de afgelopen jaren naar beneden bijgesteld. Met name kleine en middelgrote musea buiten de beeldende kunst om hebben hun deuren moeten sluiten. Tussen 2009 en 2020 is het aantal musea met 24% gedaald. Corona heeft hier in 2021 nog een schepje bovenop gedaan. | Kleine musea met een omzet tot € 400.000 hadden in 2017 een verlies van 10% van hun omzet. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                 |       |

Musea worden steeds meer ontmoetings- en belevingsplekken. Het aantal musea is de afgelopen jaren gedaald. Dit betreft vooral de kleine en middelgrote musea buiten de beeldende kunst om.

#### Het museumaanbod in het primaire verzorgingsgebied

| VERZORGINGSGEBIED                                            | HUDIG AANTAL MUSEA |
|--------------------------------------------------------------|--------------------|
| Gemeente Amsterdam                                           | 87                 |
| Provincie Noord Holland                                      | 120                |
| Provincies Flevoland, Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht | 265                |

TABEL 3 AANTAL MUSEA IN HAARLEMMERMEER, MRA EN PROVINCIES FLEVOLAND, NOORD-HOLLAND, ZUID-HOLLAND EN UTRECHT  
Bron: CBS, 2020

De vier provincies hebben samen 265 musea. Noord-Holland staat met in totaal 120 musea op nummer één in Nederland. Zuid-Holland met 102 musea op de tweede plaats en Utrecht/Flevoland (worden samengenomen) met 43 musea op nummer zes, samen met de provincie Overijssel. Binnen Utrecht/Flevoland is het aantal musea tussen 2009 en 2019 met 19% afgenomen.<sup>2</sup> Dit betrof musea met ander aanbod dan moderne beeldende kunst. De moderne beeldende kunst musea in Amsterdam zijn tussen 2009 en 2020 stabiel gebleven.

### Het museumaanbod in Amsterdam

De gemeente Amsterdam herbergt binnen het primaire verzorgingsgebied het grootste aantal musea, namelijk 33% van het totale aantal in het primaire verzorgingsgebied en 73% van het aantal in Noord-Holland. De 87 musea in Amsterdam variëren in concept, omvang en trekkracht.

Een groot deel van de musea is aangesloten bij de Museum Vereniging. Over 2019 gaven zij aan dat 96 musea in Noord-Holland in totaal 4,9 miljoen bezoekers trokken. 120 musea komen dan uit op 6,1 miljoen bezoekers. Op basis van de toeristische focus op Amsterdam en de aanwezigheid van de grootste musea in Amsterdam is reëel om ervan uit te gaan dat zij 85% van het totaal aantal museumbezoekers in Noord-Holland naar zich toetrekken. Dat betekent een bezoekersaantal van 5,2 miljoen bezoekers per jaar. Op basis van de cijfers van de musea zelf (zie de tabel hier onder) is dat een meer dan voorzichtig uitgangspunt. Rekening houdend met een jaarlijkse toename van de vraag van 2,8%<sup>3</sup> verwachten we in 2032 een bezoekersaantal van 6,7 miljoen, oftewel een toename van 1,5 miljoen bezoekers.

| MUSEUM                     | BEZOEKERS |
|----------------------------|-----------|
| Rijksmuseum                | 2.700.000 |
| Van Gogh Museum            | 2.100.000 |
| Anne Frank Huis            | 1.300.000 |
| EYE Filmmuseum             | 733.000   |
| Stedelijk Museum Amsterdam | 670.000   |
| NEMO Science Museum        | 670.000   |
| Moco Museum                | 450.000   |
| Hermitage                  | 400.000   |
| Joods Cultureel Kwartier   | 358.771   |
| Het Scheepvaartmuseum      | 310.609   |
| Het Rembrandthuis          | 280.628   |

TABEL 4 BEZOEKERS VOORAANSTAANDE MUSEA AMSTERDAM 2019

Bron: Jaarverslagen en overige publicaties musea

<sup>2</sup> CBS, 2009-2019

<sup>3</sup> Dit is de gemiddelde stijging van het aantal bezoekers tussen 2015 en 2019 (bron: CBS, 2022).

Het MCA wordt een museum met een nieuw en uniek concept en is daarom niet 1:1 met een ander museum te vergelijken. Voor de verwachte bezoekersaantallen is het belangrijk om op te merken dat het MCA zich primair gaat richten op de minder bekende, hedendaagse 'cutting edge' en niet op de grote publiekstrekkingen. Het wordt bovendien een museum zonder eigen collectie en met veel ruimte voor creatieve productie en experiment. Om tot een reële schatting te komen kan het MCA het best worden beschreven als een concept dat zich positioneert in het spectrum tussen de volgende musea:

- Stedelijk Museum, als instituut voor hedendaagse kunst. In tegenstelling tot het MCA heeft het Stedelijk Museum echter een grote, wereldberoemde vaste collectie en minder ruimte voor productie en experiment. Door haar ligging aan het Museumplein is dit museum sterk op toeristen gericht. Jaarlijks trekt het Stedelijk museum rond de 670.000 bezoekers<sup>4</sup>. Gezien de ligging van het MCA en de onconventionele programmering verwachten we dat de bezoekersaantallen niet in de buurt gaan komen van het Stedelijke Museum en de andere musea aan het Museumplein.
- Kunsthal Rotterdam, als grote tentoonstellingsruimte om hedendaagse kunst te introduceren bij een nieuw publiek. De Kunsthal is echter meer gericht op 'blockbusters'; het MCA niet. Jaarlijks trekt de Kunsthal circa 300.000 bezoekers.<sup>5</sup> Dit aantal is al beter te vergelijken met het MCA. Omdat de Kunsthal zich richt op kunstenaars met een brede bekendheid bij het grote publiek is de verwachting dat het bezoekersaantal van het MCA substantieel lager komt te liggen.
- Kunstinstituut Melly Rotterdam, als ruimte voor de presentatie van 'cutting edge' hedendaagse kunst en met interesse in de arbeidsomstandigheden van de kunstgemeenschap. Een aantal elementen uit het concept van Kunstinstituut Melly zijn te vergelijken met het MCA, maar Melly doet dit op kleinere schaal. Jaarlijks trekt Melly ca. 40.000 bezoekers<sup>6</sup>. Omdat het MCA zich ook richt op de presentatie van de hedendaagse 'cutting edge' en ruimte biedt aan creatieve productie, maar dit op grotere schaal dan Kunstinstituut Melly, verwachten we dat het bezoekersaantal bij het MCA hoger komt te liggen.

Gelet op bovenstaande verwachten we dat het MCA tussen de 100.000 en 150.000 bezoekers per jaar gaat trekken.

Naast MCA zijn geen concrete plannen bekend van de komst van andere musea in Amsterdam.

#### CONFRONTATIE VRAAG MET HET AANBOD >>

| INDICATOREN              | 2023 <sup>7</sup> | 2032        |
|--------------------------|-------------------|-------------|
| Vraag – aantal bezoekers | 5,2 miljoen       | 6,7 miljoen |

<sup>4</sup> Jaarverslag Stedelijk Museum Amsterdam 2019

<sup>5</sup> Jaarverslag Kunsthal Rotterdam 2019

<sup>6</sup> Jaarverslag Kunstinstituut Melly Rotterdam 2019

<sup>7</sup> Dit jaartal is genomen omdat de verwachting is dat de bezoekersaantallen in 2023 op het niveau zitten van 2019.

|                                                                                                                  |             |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Aanbod – huidige aantal musea (2022)                                                                             | 120         | 120         |
| Benodigd aantal bezoekers per museum (vraag 2023 / aanbod 2023)                                                  | 43.300      | 43.300      |
| 10% toename benodigd aantal bezoekers 2023-2032, rekening houdend met kostenstijgingen e.d.                      | N.v.t.      | 47.630      |
| Totaal benodigd aantal bezoekers (aantal musea x gemiddeld aantal bezoekers per museum) om break even te draaien | 5,2 miljoen | 5,8 miljoen |
| Verschil aantal bezoekers – benodigd aantal bezoekers                                                            | 0           | 0,9 miljoen |
| Behoeftte in aantal musea (verschil/gemiddeld aantal bezoekers per museum)                                       | 0           | 19          |

TABEL 5 CONFRONTATIE VRAAG MET HET AANBOD VOOR MUSEA

Bron: Bureau Stedelijke Planning by Sweco

Geredeneerd vanuit de bezoekersaantallen blijkt uit de tabel dat de vraag naar musea in Amsterdam sterk gaat toenemen. Het genoemde aantal is slechts een indicatie van de behoefte. Het exacte aantal kan niet zo maar worden aangegeven. Bij musea hangt dat vooral af van het concept en de concepten van de concurrentie. De confrontatie toont wel aan dat er in 2032 zeker behoefte is aan extra musea. Daarbij mag op basis van de behoefte worden uitgegaan dat er naast het MCA nog zeker ruimte is voor een of meerdere andere musea.

### 3.2 KWALITATIEVE BEHOEFTE MCA

De kwalitatieve behoefte aan musea is sterk afhankelijk van een concreet initiatief, en is locatie- en casuspecifiek. Om de marktkansen voor musea in beeld te brengen en te kwantificeren is een kwalitatieve beoordeling gemaakt aan de hand van de volgende criteria:

- Landelijke trends en ontwikkelingen. In hoeverre zijn de marktvooruitzichten voor musea gunstig of ongunstig?
- Past de functie binnen het beleid en de ambities van gemeente Amsterdam?
- Past de voorziening in de positionering van Zuidas en is er fysiek ruimte?
- Past de functie bij de doelgroepen van de Zuidas (bevolking Amsterdam, bevolking MRA, werknemers en (inter)nationale reizigers/toeristen)?
- Is de voorziening complementair aan het huidige aanbod?
- In hoeverre draagt de functie bij aan de ambities van een aantrekkelijke Zuidas, als meer dan een stations- en kantoorlocatie, zonder direct voor een grote verkeerstoename te zorgen?

| CRITERIA                               | BEOORDELING |
|----------------------------------------|-------------|
| Trends                                 | +/-         |
| Beleid en ambities                     | +/+         |
| Positionering en fysieke mogelijkheden | +/+         |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| Passend bij doelgroep          | +/- |
| Complementair huidige aanbod   | +/- |
| Draagt bij aan ambities Zuidas | +/+ |
| TOTAAL                         | +   |

TABEL 6 MULTI-CRITERIA ANALYSE MUSEUM PARNASSUSWEG

Het bezoek aan musea in Nederland neemt toe. Het toevoegen van een museum binnen de Zuidas sluit aan bij de positionering en kan het gebied verder op de kaart zetten als zijnde meer dan een stations- of kantoorlocatie. Het moet dan gaan om een zelfstandig functionerend (financieel) en sterk trekkend museum dat bij kan dragen aan de bekendheid, aantrekkelijkheid en leefbaarheid van de buurt, stad en regio. Het MCA onderscheidt zich van bestaande musea door haar focus op cutting edge / avant garde – een niche in de kunst - in combinatie met alle facetten die naast de kunst onderdeel uitmaken van het concept. Wat betreft de omvang heeft een krachtig museum met verschillende belevingselementen al snel een afmeting van **tenminste 10.000 m² bvo**. De omvang hangt uiteraard af van het type museum. In dit geval betreft het een initiatief van ca. 19.500 m² bvo. Het museum is dan ook omvangrijk te noemen. Dat heeft te maken met het kunnen bieden van tentoonstellingen van voldoende massa en de nevenfuncties die het concept biedt.

De beoordeling aan de hand van bovenstaande criteria is positief. De trends (zie paragraaf 3.1) geven aan dat kunst een sterk trekkende werking heeft. In combinatie met de locatie Zuidas in Amsterdam kan dit voor aanzienlijke toevloeiing zorgen vanuit heel Nederland en daarbuiten. Bij voorkeur richt het museum zich op een brede doelgroep en is interessant voor jong en oud.

Onderdeel van het museum zijn de Artists-in-Residence (AiR) en kantoorruimte. De Artist in Residence zijn ruimtes gekoppeld aan de ateliers waar kunstenaars tijdelijk kunnen verblijven. De vraag naar dergelijke ruimtes is in Amsterdam vele malen groter dan het aanbod. Op basis daarvan kan worden aangegeven dat zeker behoefte is aan dergelijke ruimtes. Toevoeging van dit onderdeel draagt bij aan de ontwikkeling van een eigentijds museum met een belevingsconcept.

De kantoorruimte is bestemd voor medewerkers van het museum, gericht op het managen van het museum en daarmee integraal onderdeel van MCA.

## 4 MOTIVATIE BEHOEFTE NEVENFUNCTIES MCA

Het MCA wordt een ontmoetingsplaats voor veel (jonge) Amsterdammers; een vernieuwend museum waarin kunst, creativiteit en creatie worden gecombineerd met verblijf en ontspanning.

In het concept is in totaal 2.050 m<sup>2</sup> bvo opgenomen voor **culturele horeca en de museumwinkel**. Deze functies zijn een integraal onderdeel van het museale programma en het culturele totaalconcept. Ze worden geëxploiteerd door het museum c.q. de stichting zelf. Eventuele opbrengsten uit de culturele horeca komen ten goede aan de stichting, die garant staat voor het functioneren van het MCA als geheel. In dit hoofdstuk is de behoefte aan de culturele horeca en de museumwinkel beknopt gemotiveerd.

### 4.1 CULTURELE HORECA

| RUIMTE                         | OPPERVLAK IN M <sup>2</sup> BVO |
|--------------------------------|---------------------------------|
| Museumbistro (terras)          | 400 (200)                       |
| Museumrestaurant ((dak)terras) | 800 (400)                       |
| Muziekkelder                   | 700                             |
| <b>TOTAAL (terras)</b>         | <b>1.900 (600)</b>              |

TABEL 7 OVERZICHT RUIMTELIJK PROGRAMMA IN M2 BVO

Bron: ontwerpbestemmingsplan Zuidas-Parnas Parnassusweg 220 partiele herziening

De culturele horeca die onderdeel is van het museumconcept valt, overeenkomstig met het ontwerp bestemmingsplan, onder te verdelen in twee componenten:

- **Museumbistro en -restaurant.** Deze bestaat uit twee onderdelen: een bistro op de begane grond van het museum en een museumrestaurant bovenin de toren. De bistro op de begane grond staat in open verbinding met de entree. Het museumrestaurant bovenin de toren komt in een ruimte die ook kan worden gebruikt voor een breed scala aan culturele activiteiten, evenementen en samenkomsten. Denk daarbij aan de openingsreceptie van een tentoonstelling, een sponsorbijeenkomst of kleinschalige conferentie-settings. De ruimte is geschikt voor maximaal 300 bezoekers. Beide onderdelen (bistro en museumrestaurant) hebben een eigen terras en zijn toegankelijk buiten openingstijden van het museum en zonder entreebewijs.
- **Muziekkelder.** Een multifunctionele ruimte die te gebruiken is door de doelgroep van het museum. Deze is gelieerd aan en als onderdeel van het museumprogramma en het culturele concept van het museum. De ruimte is geschikt voor maximaal 400 bezoekers. De ruimte krijgt een brede

programmering voor de diverse doelgroepen van het museum, bijvoorbeeld als oefenruimte, danszaal of voor een optreden, met bijbehorende bar- en geluidsinstallatie. De muziekkelder is een onderdeel van het museum voor alles wat met geluid te maken heeft en voegt een plek van samenkomst toe aan het museum. De diverse gemeenschappen vanuit de lokale 'art community' kunnen het eigenaarschap van deze plek overnemen met een aan het museum gelieerd programmering. Dit programmaonderdeel is dagelijks geopend.

#### KWANTITATIEVE BEHOEFTE CULTURELE HORECA >>

Vanuit de systematiek van de Ladder moet de behoefte aan culturele horeca worden gerelateerd aan haar omgeving. Voor de MCA betreft dat gebied Zuidas. We gaan er van uit dat de huidige situatie in gebied Zuidas in evenwicht is. De behoefte berekenen we op basis van de additionele vraag. Deze is afkomstig van:

1. Primair: De bezoekers van het MCA, te weten de publieksbezoekers en de professionele bezoekers / gebruikers.
2. Secundair :Enig aanvullend potentieel afkomstig van de bewoners, werkenden, studenten en overige bezoekers van de Zuidas.

#### Ad 1: Autonome vraag museumbezoekers

We verwachten dat het MCA 100.000 tot 150.000 bezoekers gaat trekken. We gaan uit van een gemiddelde besteding aan culturele horeca per bezoeker van € 19,42, namelijk:

- Uit het Continu Vrijetijdsonderzoek bleek in 2019 dat de gemiddelde bestedingen tijdens een bezoek aan een museum of bezienswaardigheid met een verblijfsduur van 2 tot 4 uur circa € 3,75 voor culturele horeca bedragen. Het gaat daarbij om culturele horeca gericht op koffie / thee met wat lekkers en een broodje tijdens de lunch.
- Gezien het feit dat het museum naast de bistro tevens over een restaurant gaat beschikken en een muziekkelder (met gemiddeld hogere uitgaven per bezoeker), valt de gemiddelde besteding per museumbezoeker aan de horeca bij het MCA hoger uit. Deze verwachting wordt verder gesteund door het gegeven dat de propositie op de (relatief dure) Zuidas is gelegen. De afstand tot het centrum van Amsterdam maakt dat bezoekers minder snel naar aanbod daar afvloeien.  
In 2019 bedroegen de gemiddelde bestedingen in Nederland per restaurantbezoeker € 19,42<sup>8</sup>. Het gaat om een bistro, hoogwaardig / middensegment restaurant en muziekkelder, waarbij de gemiddelde bestedingen hoger liggen dan het gemiddelde. Voorzichtigheidshalve gaan we echter van het gemiddelde uit.

<sup>8</sup> Bron: Food Service Instituut Nederland (FSIN), 2020

De bestedingen van de museumbezoekers komen op grond hiervan uit op € 1,9 tot 2,9 miljoen per jaar. De normatieve vloerproductiviteit (omzet per m<sup>2</sup> bvo)) voor culturele horeca bedraagt € 1.315. Dit komt neer op een horecabehoeft van 1.480 tot 2.220 m<sup>2</sup> bvo. De benodigde 1.900 m<sup>2</sup> bvo voor de culturele horeca is daarmee voor een groot deel haalbaar. De culturele horeca is in zijn geheel haalbaar vanuit de museumbezoekers wanneer we de muziekkelder niet volledig tot de culturele horeca toerekenen. De muziekkelder maakt immers voor het grootste deel onderdeel uit van het museum als tentoonstellingsruimte / filmzaal en vervult slechts af en toe een functie als muziekkelder waarbij ook drank wordt geschonken. Dat geldt niet voor de andere twee functies. Zij hebben standaard een culturele horecafunctie.

### Ad 2: Extra potentieel huidige doelgroepen horeca

De huidige vraag naar horeca in het gebied is vooral afkomstig van inwoners en werknemers. De komende jaren nemen deze groepen in aantal toe. De studenten hebben op de VU hun eigen aanbod op grond waarvan we deze doelgroep buiten beschouwing laten. Ook laten we de groep reizigers die exponentieel gaat toenemen buiten beschouwing, omdat zij maar kort op het station verblijven.

| UITBREIDINGSRUIMTE OP BASIS VAN EEN DICHTHEDENANALYSE  |        |              |
|--------------------------------------------------------|--------|--------------|
|                                                        | HUIDIG | 2032         |
| Inwoners                                               | 5.000  | 14.750       |
| Werknemers                                             | 51.300 | 83.000       |
| Inwoners + werknemers                                  | 56.300 | 97.750       |
| Potentieel aanbod <sup>9</sup> (VKP)                   | 56     | 97           |
| Huidig aanbod (VKP)                                    | 56     | 56           |
| Uitbreidingsruimte (VKP) <sup>10</sup>                 | -      | 41           |
| Uitbreidingsruimte in m <sup>2</sup> wvo <sup>11</sup> | -      | <b>7.700</b> |
| Uitbreidingsruimte in m <sup>2</sup> bvo <sup>12</sup> | -      | <b>9.625</b> |

TABEL 7 UITBREIDINGSRUIMTE HORECA AMSTERDAM ZUIDAS IN 2030

Bron: Horeca DNA, aangevuld door Projectbureau Zuidas, bewerkt door Bureau Stedelijke Planning, 2022

Uitgaande van een huidig horeca-aanbod in de Zuidas (exclusief de VU horeca) van 56 vestigingen<sup>13</sup>, komen we uit op een indicatieve uitbreidingsruimte van 9.625 m<sup>2</sup> bvo aan (reguliere) horeca.

<sup>9</sup> Berekening: Aantal huidige vestigingen per 10.000 inwoners en werknemers =  $56 / (56.300 / 10.000) = 9,9$ . Kortom: 9,9 vestigingen op 10.000 werknemers en inwoners

<sup>10</sup> Berekening: potentieel aanbod 2030 – huidig aanbod

<sup>11</sup> Berekening: uitbreidingsruimte VKP \* 188 m<sup>2</sup> wvo (gemiddelde horecavestiging Zuidas, bron: Locatus, 2020); N.B: uitbreidingsruimte is afgerond

<sup>12</sup> Verhouding wvo : bvo van 80 : 100

<sup>13</sup> Bron: horeca DNA, aangevuld met gegevens van Projectbureau Zuidas, 2022. Dit betreft alle horeca aan de Zuidas.

### Totale behoefte

Op grond van de autonome behoefte van museumbezoekers en de behoefte van de extra inwoners en werknemers op de Zuidas komen we uit op een kwantitatieve horecabehoeft op de Zuidas van 11.100 tot 11.800 m<sup>2</sup> bvo. MCA wil 1.900 m<sup>2</sup> bvo gebruiken voor culturele horeca, waarbij de maatschappelijke functie voorop staat. De beoogde culturele horecaruimte wordt bijna volledig goedgemaakt door de behoefte van de museumbezoekers. Dat betekent dat nog meer dan genoeg ruimte overblijft voor andere (reguliere) horeconcepten in gebied Zuidas.

### KWALITATIEVE BEHOEFTE CULTURELE HORECA >>

| CRITERIA                               | BEOORDELING |
|----------------------------------------|-------------|
| Trends                                 | +/-         |
| Beleid en ambities                     | +/-         |
| Positionering en fysieke mogelijkheden | +/-         |
| Passend bij doelgroep                  | +/+         |
| Complementair huidige aanbod           | +/+         |
| Draagt bij aan ambities Zuidas         | +/+         |
| TOTAAL                                 | +           |

TABEL 8 MULTI-CRITERIA ANALYSE CULTURELE HORECA MCA

Op basis van bovenstaande criteria is de kwalitatieve behoefte aan de culturele horeconcepten in beeld gebracht.

### Terras versterkt het concept

Binnen het gemeentelijk beleid voor culturele horeca / horecabestemmingscategorie 6, zoals dit veel in Stadsdeel Centrum wordt toegepast, wordt een terras bij culturele horeca niet mogelijk gemaakt. In Stadsdeel Centrum wordt veel overlast ervaren als gevolg van terrassen in de openbare ruimte, bijvoorbeeld rondom drukke uitgaanspleinen. Aan de Parnassusweg is sprake van een andere omgeving en is er niet of nauwelijks overlast als gevolg van horeca en bijbehorende terrassen. Voor dit gebied wordt gestreefd naar een zekere mate van verlevendiging. Een terrasfunctie bij de bistro en bij het museumrestaurant wordt op deze locatie en gelet op de kenmerken van de omgeving inpasbaar geacht gelet op:

- **Publieksfunctie.** De terrassen behoren tot het museumrestaurant: de bistro op de begane grond en het restaurant bovenin de toren. De mogelijkheid om een buitenruimte bij deze functies te betrekken verrijkt de beleving van de bezoekers van het museum en geeft meer levendigheid aan deze maatschappelijk / culturele publieksfunctie op de Zuidas.
- **Gebouwd buitenteras op eigen grond.** Beide museumterrassen zijn gesitueerd binnen de kavelgrens. Het terras van de museumbistro op de begane grond wordt duidelijk ingekaderd door middel van materialisatie. Het buitenteras

van het museumrestaurant is gepositioneerd op het bestaande dak van de monumentale toren, op de 8<sup>e</sup> verdieping.

- **Overlast.** Het terras van de museumbistro is gesitueerd aan de zijde van het verhoogde viaduct van de Parnassusweg, in de zuidoosthoek van de kavel, niet grenzend aan woningen. Het terras bovenin de toren is gepositioneerd op grote hoogte en op meer dan 50 meter van de dichtstbijzijnde woningen. Bovendien heeft de locatie veel achtergrondgeluid (verkeer/snelweg), dat eventueel geluid van een terras voor een groot deel wegvaagt. Er is een geluidsonderzoek uitgevoerd naar het stemgeluid van het terras en daaruit blijkt dat er sprake is van een aanvaardbaar woon-en leefklimaat.
- **Gebiedsspecifieke aanpak.** Het primaire doel van het gemeentelijke terrassenbeleid is het voorkomen van overlast. Op de Zuidas is in tegenstelling tot de locaties in Stadsdeel Centrum waar culturele horeca mogelijk is gemaakt, niet of nauwelijks overlast van horeca. Op de Zuidas leveren de publiekstoegankelijke terrassen een positieve bijdrage door het activeren van de stedelijke ruimte en het toevoegen van levendigheid.
- **Non-profit.** De culturele horeca heeft geen winstoogmerk en dient dus geen commercieel doel. De exploitatie van de culturele horeca pakt de museumstichting zelf op. Alle baten vloeien terug naar de stichting.

## 4.2 MUSEUMWINKEL

| RUIMTE       | OPPERVLAK IN M <sup>2</sup> |
|--------------|-----------------------------|
| Museumwinkel | 150                         |

TABEL 9 OVERZICHT RUIMTELIJK PROGRAMMA  
Bron: Stichting Hartwig Art Foundation

De museumwinkel komt bij de entree in een monumentale zittingszaal van het voormalige rechtbankgebouw. Er worden uitsluitend artikelen verkocht die zijn gerelateerd aan de museumfunctie in algemene zin en de wisselende programmering van het museum. Voorbeelden zijn: boeken en tijdschriften over kunst en cultuur, posters en educatieve artikelen. Het betreft ondersteunende detailhandel aan de museumfunctie. De Stichting van het museum is de exploitant van de shop. Alle baten komen dan ook ten goede aan deze stichting. De museumwinkel is alleen open tijdens de reguliere openingstijden van het museum. De museumwinkel krijgt een omvang van maximaal 150 m<sup>2</sup> brutovloeroppervlakte (bvo). Met die omvang is de museumshop niet ladderplichtig. De omvang blijft immers onder de 500 m<sup>2</sup> bvo.

De museumwinkel is ondersteunend aan het museum en gaat alleen producten verkopen die gelinkt zijn aan het museum.

De museumwinkel krijgt een oppervlakte (bvo) van 150 m<sup>2</sup> in plaats van de maximaal toegestane 50 m<sup>2</sup> bij ongeschikte detailhandel. Een bvo van 150 m<sup>2</sup> is kwalitatief te motiveren op basis van de volgende overwegingen:

- **Proportionaliteit.** Met een totaal cultureel programma van 17.280 m<sup>2</sup> bvo gaat het hier om een museumwinkel van slechts 1% van het bvo. De winkel blijft dus ruim onder de (in het beleid gestelde grens) van 20% (van het totaal bvo) en is daarmee overduidelijk ondergeschikt aan het totale concept.
- **Monumentale status van het gebouw.** Het museum maakt gebruik van de herbestemming van een monumentaal pand. De ruimte voor de museumwinkel is een oude zittingzaal van 150 m<sup>2</sup>. Deze ruimte verder opdelen tast het monumentale karakter van de ruimte onnodig aan.
- **Vergelijkbare museumwinkels.** Nagenoeg alle (kunst)musea in Nederland hebben een museumwinkel. Bij een museum van vergelijkbare grootte, zoals Het Stedelijk Museum, is de winkel bijvoorbeeld 375 m<sup>2</sup>. Met 150 m<sup>2</sup> gaat het hier dus om een relatief bescheiden museumwinkel.
- **Non-profit.** De museumwinkel heeft geen winstoogmerk. De overschrijding van 50 m<sup>2</sup> dient geen commercieel doel. De museumwinkel wordt geëxploiteerd door de museumstichting en alle baten vloeien terug naar deze zelfde stichting.
- **Uitzonderingspositie.** Een museumwinkel is een vrij bijzondere en niet-courante vorm van detailhandel. Een overschrijding van het plafond van 50 m<sup>2</sup> leidt daarom niet tot concurrentie of aantasting van het bredere stedelijke detailhandelsbeleid van winkelstraten of clustering in winkelgebieden. De museumwinkel dient slechts ter ondersteuning van het gebruik voor de hoofdfunctie museum.

## 5 RUIMTELIJKE EFFECTEN

Met de komst van een museum aan de Parnassusweg stijgt het aantal museummeters in Amsterdam en omstreken. Dit kan betekenen dat bestaande musea minder bezoekers ontvangen. In dit hoofdstuk worden de verdringings-effecten berekend in termen van bezoekers en zijn de ruimtelijke effecten op de omgeving geanalyseerd en geduid. Het is nadrukkelijk niet de bedoeling dat de ontwikkeling aan de Parnassusweg gaat zorgen voor verdringing elders in Amsterdam of regio.

### 5.1 EFFECTEN OP OMLIGGENDE MUSEA

#### EFFECTEN PER MUSEUM >>

De effecten per museum zijn afhankelijk van verschillende factoren, namelijk:

- **Overlap in functie.** Hoe meer gelijkenis met het beoogde format/concept van het MCA en hoe meer overlap in functie (aanbod, prijsstelling, doelgroep, locatietype), des te groter het effect. De score geeft aan of er sprake is van weinig overlap (0), enige overlap (-) of veel overlap (- -). Overlap in functie telt twee keer zo zwaar mee als afstand en huidig functioneren, omdat het divers aanbod betreft.
- **Afstand tot het beoogde museum.** De afstand (in auto / OV-minuten) tussen MCA en de bestaande musea is vaak maatgevend. Bij 20 auto / OV minuten of meer is het effect verwaarloosbaar (buiten het onderzoeksgebied). De score maakt onderscheid tussen 0-5 minuten (- -), 5-10 minuten (-) en meer dan 10 minuten (0).
- **Huidig functioneren.** Inschatting van het functioneren van het museum, waarin ook de uitstraling is meegewogen. De score geeft aan of een museum naar verwachting slecht (-), redelijk (0) of goed (+) functioneert.

|                               | OVERLAP IN<br>FUNCTIE | AFSTAND TOT<br>ZUIDAS | HUDIG<br>FUNCTIONER<br>EN | TOTAALSCORE |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|-------------|
| Stedelijk Museum<br>Amsterdam | --                    | 0                     | +                         | +/-         |
| Moco Museum                   | --                    | 0                     | +                         | +/-         |
| Hermitage                     | -                     | 0                     | +                         | +           |
| Rijksmuseum                   | 0                     | 0                     | +                         | +           |
| Van Goghmuseum                | 0                     | 0                     | +                         | +           |

|                     |   |   |   |   |
|---------------------|---|---|---|---|
| Het Rembrandthuis   | 0 | 0 | 0 | + |
| Anne Frank Huis     | 0 | 0 | + | + |
| NEMO Science Museum | 0 | 0 | + | + |

TABEL 10 INDICATIEVE EFFECTEN PER MUSEUM (OP VOLGORDE VAN SCORE)

- Uit de effectenanalyse blijkt dat de grootste effecten ontstaan voor het Stedelijk Museum Amsterdam en het Modern Contemporary (Moco) museum. Dit is logisch vanuit het feit dat beide musea een vergelijkbare markt aanboren - die van moderne, hedendaagse kunst. De effecten op de overige musea zijn naar verwachting relatief beperkt.
- Het Moco is een onafhankelijk museum dat niet leunt op overheidsgelden. In dat opzicht is het Moco vergelijkbaar met het MCA. Het grote verschil is dat het Moco zich richt op commerciële kunst en MCA op nieuwe, avant-garde kunst.
- Kijkende naar de overlap in functie met het Stedelijk Museum Amsterdam onderscheiden beide instellingen zich in locatie, reputatie, uitstraling en concept. Wel boren ze dezelfde markt aan en maken aanspraak op hetzelfde 'potje' potentiële bezoekers. Het is hiermee aannemelijk dat de komst van het Museum of Contemporary Art for Amsterdam (MCA) voor enige omzetsderving bij het Stedelijk Museum Amsterdam zorgt. Het is echter nog aannemelijker dat deze omzetsderving marginaal is, zoals ook de Amsterdamse Kunstraad verwacht. Het MCA richt zich immers enkel en alleen op tentoonstellingen en het Stedelijk Museum voor een groot deel op een vaste collectie met regelmatig tentoonstellingen waar zij slechts een beperkte ruimte voor beschikbaar hebben. De Amsterdamse Kunstraad en het Stedelijk Museum Amsterdam zien juist kansen voor een complementair, aanvullend programma.
- Het Stedelijk Museum kent een (inter)nationale bekendheid en maakt onderdeel uit van het Museumkwartier. De bekendheid van het museum zorgt er voor dat de bezoekersstroom niet snel achteruit zal gaan ondanks de komst van een nieuwe aanbieder. Het Stedelijk Museum staat zelfs achter het initiatief en ziet mogelijkheden voor samenwerkingen.

## 5.2 RUIMTELIJKE EFFECTEN

Bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening hoort dat de voorliggende plannen niet leiden tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een onaanvaardbare aantasting van het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat. In onderstaande tabel zijn de mogelijke (ruimtelijke) effecten per functie toegelicht, waarna ook het initiatief c.q. concept als geheel wordt uitgelicht:

| FUNCTIE | EFFECTEN  |                       |                     |
|---------|-----------|-----------------------|---------------------|
|         | LEEGSTAND | WOON- EN LEEFKLIJMAAT | ONDERNEMERSKLIJMAAT |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                             |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Museum            | Zolang een museum onderscheidend genoeg is en eigen vraag genereert heeft het geen of slechts in beperkte mate effect op andere musea. Leegstand van musea elders is dan ook niet aannemelijk. Het Stedelijk Museum Amsterdam kent op papier de voornaamste overlap in concept en functie, maar heeft een eigen marktpositie en wordt door de ligging aan het Museumplein (en het daaruit voortvloeiend combinatiebezoek met omliggende musea/attracties), niet snel geraakt.                                                    | Een museum draagt bij aan het voorzieningenaanbod in de Zuidas en de gemeente Amsterdam en is daarmee een verrijking voor het woon- en leefklimaat. De verwachte bezoekersaantallen (100.000 tot 200.000 per jaar) zorgen niet voor een dusdanige toestroom van bezoekers dat het woon- en leefklimaat in gedrang komt. Het gaat immers om 1.900 tot 3.850 bezoekers per week / 275 tot 550 bezoekers per dag.                              | Een museum genereert vaak haar eigen vraag. Daarmee tast de ontwikkeling het ondernemersklimaat niet aan.                                                   |
| Culturele horeca  | De vraag naar horeca op de Zuidas en binnen de gemeente Amsterdam is nu al vele malen groter dan het aanbod. Uitval van horeca elders (bijvoorbeeld in het centrum) is niet aannemelijk. Dit mede daar de culturele horeca intrinsiek onderdeel uitmaakt van het concept en daarmee een ander (diverser) publiek aantrekt; bezoekers komen niet voor de culturele horeca, maar voor MCA in samenhang met de bistro, het restaurant en de muziekkelder. Dit concept genereert naar verwachting een eigen gedifferentieerde vraag. | Horeca (en zo ook culturele horeca) wordt doorgaans gezien als een verrijking van het woon- en leefklimaat. In het museum heeft het culturele horeca-verkooppunt een ander karakter dan de horeca in het centrum. In MCA vormen het museum en de horeca een geheel. Dat gegeven, plus het feit dat het de Zuidas ruim is opgezet en de entree van het museum niet direct naast woningen ligt, zorgt ervoor dat geen sprake is van overlast. | We verwachten geen aantasting van het ondernemersklimaat.                                                                                                   |
| Museumwinkel      | Op dit moment heeft de Zuidas geen museum. Er is dan ook geen museale detailhandel in de omgeving. Daar komt bij dat museumwinkels te allen tijde ondersteunend zijn, waarbij de vraag wordt gegenereerd door het museum of, zoals in dit geval, het algehele museale/culturele concept. Uitval van detailhandel elders, ten gevolge van de winkel, is dan ook zeer onwaarschijnlijk.                                                                                                                                            | Reguliere detailhandel is niet toegestaan buiten bestaande winkelgebieden, maar ondersteunende detailhandel is wel mogelijk. Het culturele karakter van de museumwinkel draagt, als intrinsiek deel van MCA, bij aan de wijk en vormt daarmee een verrijking van het woon- en leefklimaat.                                                                                                                                                  | Een museum genereert vaak haar eigen vraag. Daarmee tast de ontwikkeling het ondernemersklimaat niet aan. De museumwinkel is puur ondersteunend in functie. |
| Totaalconcept MCA | Het museum kent dankzij het algehele concept, met de combinatie van culturele en maatschappelijke functies, in de wijde omgeving geen gelijke. Met de eigen vraag die dit                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Het MCA zal met haar verscheidenheid aan functies een verrijking zijn van het lokale, hoogstedelijke woon- en leefklimaat. Het brengt levendigheid naar de buurt,                                                                                                                                                                                                                                                                           | Als gezegd genereert een museum vaak haar eigen vraag. Daarmee tast de ontwikkeling het ondernemersklimaat niet aan. Dit geldt in grote mate                |

|  |                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                              |
|--|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | genereert zal het MCA- op deze plek niet voor leegstand elders zorgen. | zonder dat de entree (en daarmee de bulk van het verkeer) te dicht op omwonenden gesitueerd is. Daarbij vindt het gehele programma op eigen kavel plaats, met gebouwd karakter, waarmee ook de openbare ruimte in beginsel niet wordt aangetast. | voor een dergelijk vernieuwend concept, met een zodanig diverse programmering en functiemix. |
|--|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|

TABEL 11 (RUIMTELIJKE) EFFECTEN

Op basis van ons onderzoek kan worden geconcludeerd dat MCA op de Zuidas een (zeer) beperkte impact heeft op bestaande voorzieningen. Doordat de behoefte aan musea groter is dan het aanbod verwachten we geen leegstand, zeker geen structurele leegstand. Ook verwachten we geen aantasting van het woon- en leefklimaat en ondernemersklimaat als gevolg van de invulling van de propositie aan de Parnassusweg 220. Sterker, de beoogde ontwikkeling draagt positief bij aan het woon- en leefklimaat van bewoners in de buurt, wijk, stad, gemeente en regio, en versterken de kunst- en cultuursector, de economie en het ondernemersklimaat.

Het initiatief draagt bij aan het voornemen in te zetten op een sterke, inclusieve culturele infrastructuur. Het voegt een functie toe aan een gebied dat op ieder vlak sterk groeit en in de toekomst een zwaartepunt zal vormen van (internationaal) bezoek aan zowel Nederland als Amsterdam. Creativiteit, verbinding en inclusiviteit genieten prioriteit, waarmee het MCA een belangrijke cultureel-maatschappelijke functie kan vertolken in stadsdeel Zuid en het Amsterdam van de toekomst.