Participatierapport herontwikkeling ABN AMRO-complex

Deel 1: toets op beleving Zuidas en ambities Icon Real Estate

Inhoudsopgave

1. Inleiding 2

2. Participatiedoelen 2

Doelgroepen 3

Mate van invloed 3

Kaders 3

Wijze waarop en tijdvak 3

Terugkoppeling 4

3. Aanpak en resultaten participatieproces 4

I - Eén-op-één gesprekken met key stakeholders (augustus – november 2024) 5

II – Afnemen van vragenlijst (enquête), online en op straat (oktober – november 2024) 8
Deel 1a: ervaringen en behoeften in Zuidas (oktober 2024) 8
Deel 1b: reflectie op ambities van het Masterplan – online enquête (november 2024) 10

III – Drop-in events en informatiemarkt (september – november 2024) 13
Informatiemarkt Zuidas-Zuidasdok (8 oktober 2024) 13
Drop-in events: inloopbijeenkomsten (10 september, 12 en (extra) 21 november 2024) 13

4. Samenvatting resultaten 14

5. Communicatie 15

Eigen middelen & kanalen 15

Middelen en kanalen derden 15

6. Hoe gaat Icon Real Estate om met de resultaten 16

Verwerking resultaten in het Masterplan 16
Diversiteit en levendigheid 16
Meer Groen 16
Kleinschalige functies en culturele functies 17

7. Vervolg participatieproces – deel 2 17

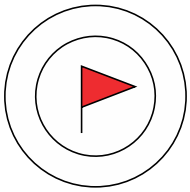
8. Bijlagen 18

Bijlage A. Interviews met stakeholders 18

Bijlage B. Straatinterviews met werknemers, passanten, bewoners en studenten 29

Bijlage C. Online vragenformulier 34

Bijlage D. Feedback uit informatiemarkt Zuidas-Zuidasdok (8 oktober 2024) 42



1. Inleiding

Icon Real Estate gaat de komende jaren het ABN AMRO-complex in Zuidas herontwikkelen. De ambitie is om het gebied te transformeren van een *business district* naar een *social business district* met internationale allure. Een aantrekkelijk en toegankelijk gebied, met niet alleen werken, maar ook woningen en voorzieningen. Icon Real Estate staat open voor inbreng vanuit (ervarings)kennis van belanghebbenden tijdens het maken van de plannen voor de herontwikkeling van het ABN AMRO-complex.

Stakeholderparticipatie vindt plaats voordat de formele besluitvorming start. Icon Real Estate informeert en laat mensen in een vroegtijdig stadium deelnemen aan de planvorming. Dit betreft direct belanghebbenden, maar ook (mogelijke) toekomstige vestigers (bewoners, bedrijven, organisaties) en - gezien de schaal en betekenis van de ontwikkeling - het algemeen publiek.

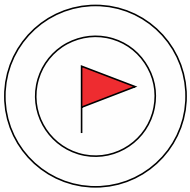
Dit participatierapport heeft betrekking op deel 1 van het participatieproces, dat enerzijds gericht was op ervaringen en behoeften in Zuidas en anderzijds op een toets van de ambities van het Masterplan bij de omgeving. Begin 2025 volgt deel 2 van het participatieproces, gericht op de inhoud van het Masterplan. Na het doorlopen van deel 2 volgt ook hierover een participatierapport.

2. Participatiedoelen

Tijdens het herontwikkelingsproces van het ABN AMRO-complex staat Icon Real Estate open voor reacties en ideeën uit de omgeving en worden bewoners, zakelijke gebruikers van Zuidas, ondernemers en investeerders goed geïnformeerd. Zij weten hoe ze Icon Real Estate kunnen vinden als zij vragen hebben en voelen zich gehoord. Door belanghebbenden in de brede zin van het woord te betrekken bij de plannen voor de herontwikkeling:

- Krijgt Icon Real Estate begrip van er leeft en verbinding met de buurt, mensen die werken in Zuidas en andere stakeholders
- Kan Icon Real Estate betere plannen maken
- De basis leggen voor een goede relatie met de omgeving tot aan de voltooiing van het project.

In deze fase van het participatieproces willen we informatie en ideeën ophalen vanuit de omgeving over ervaringen en behoeften in Zuidas. Daarnaast toetsen we de ambities van het Masterplan bij de omgeving: hoe kijkt men hier tegenaan?



Doelgroepen

We richtten ons in deze fase van participatie op verschillende belanghebbenden: bewoners en mensen uit de omgeving, werknemers, passanten. Maar ook investeerders, (mogelijk) toekomstige vestigers en ondernemers. We zochten naar een goede vertegenwoordiging van deze publieksgroepen door de inzet van verschillende middelen (online, op locatie, persoonlijke gesprekken) en participatie op verschillende momenten. We schatten in dat de ontwikkeling in zijn algemeenheid op instemming kan rekenen, vanwege de toevoeging van veel voorzieningen en woningen, wat het leefklimaat in Zuidas versterkt. Tegelijkertijd de kanttekening dat voor sommige omwonenden het uitzicht kan veranderen en de herontwikkeling ook kan leiden tot bouwoverlast. Bijzondere aandacht gaat uit naar Zuidasdok, als buurontwikkeling, en vindt er nadere afstemming plaats.

Mate van invloed

Voor het tamelijk abstracte Masterplan kiezen we ervoor om te luisteren naar algemene en specifieke behoeften (belangen in beeld), te informeren over de hoofdlijnen van het Masterplan (bewustwording) en de mogelijkheid geven hierop te reageren (om de kwaliteit van de plannen te kunnen versterken).

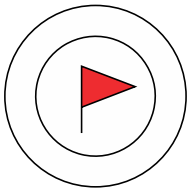
Kaders

De ambities in het concept-Masterplan zelf vormde het kader voor dit eerste deel van de participatie. Het Masterplan zelf vormt het kader voor deel 2 van de participatie. Het Masterplan is gebaseerd op een complexe afweging van de ambities uit de vastgestelde Omgevingsvisie Amsterdam voor Zuidas, beleidskaders van de gemeente Amsterdam, de ambities en visie van Icon Real Estate en de financiële haalbaarheid.

Wijze waarop en tijdvak

De participatie startte in het najaar van 2024 (deel 1 – opgedeeld in deel1a en 1b). Dat gebeurde aan de hand van één-op-één gesprekken met key stakeholders, straatenquêtes, online enquêtes en informatiebijeenkomsten over de *ervaringen en behoeften in Zuidas* en *de ambities* van het Masterplan. Omwonenden kregen daarnaast een uitnodigingskaart voor de enquête in de brievenbus en zijn zij uitgenodigd voor een inloopbijeenkomst.

De participatie vervolgt in Q1 2025 (deel 2). Ook dan houden we enquêtes, in dit geval over de *verschijningsvorm* van het Masterplan, op hoofdlijnen. Daarnaast worden mensen uitgenodigd voor een inloopbijeenkomst over de hoofdlijnen van het Masterplan en, en optioneel worden er focusgroepen georganiseerd. Een inloopbijeenkomst organiseren we in samenwerking met gemeente Amsterdam. Naast de publieksparticipatie vinden in dezelfde periode gesprekken plaats met direct belanghebbende organisaties, inclusief stadsdeel Zuid.



Terugkoppeling

De resultaten van de participatie zijn vervat in dit participatierapport, met een uitleg en verantwoording over de participatiemethoden, wat de inbreng van participanten is geweest en de wijze waarop deze inbreng (wel of niet) van invloed is op (de ambities voor) het Masterplan.

3. Aanpak en resultaten participatieproces

Er zijn verschillende activiteiten geweest om reacties en ideeën uit de omgeving te verzamelen. Dat is gedaan met de volgende activiteiten:

- **Eén-op-één gesprekken met key stakeholders (augustus – november 2024)**
  Kwalitatieve gesprekken, één op één interviews
  Presentatie van ambities en verschijningsvorm op hoofdlijnen, volumes, hoogtes en positionering van het Masterplan.
- **Afnemen van vragenlijst (enquête), online en op straat (oktober/november 2024)**
  Opgedeeld in twee delen:
  -Deel 1a: ervaringen en behoeften in Zuidas (oktober 2024)
  -Deel 1b: reflectie op ambities van het Masterplan (november 2024)
- **Drop-in events & informatiemarkt (september – november 2024)**
  Meerdere inloopmomenten in de bouwkeet voor vragen over de huidige ontmanteling van het Circl-paviljoen en de plannen voor het nieuwe kantoorgebouw Mahler 1. Er was ook gelegenheid om de ontwikkelaar vragen te stellen over de herontwikkeling van het ABN AMRO-complex (Masterplan). Icon Real Estate was daarnaast aanwezig bij een informatiemarkt van Zuidas-Zuidasdok; hier zijn ook gesprekken gevoerd met geïnteresseerden en omwonenden over het Masterplan.

Er werd een brede mix aan communicatiemiddelen- en kanalen ingezet, zowel vanuit Icon Real Estate (projectpagina, online nieuwsbrief, huis-aan-huis uitnodiging) als kanalen van derden (projectpagina, nieuwsberichten en social media Zuidas.nl)

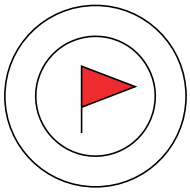
I - Eén-op-één gesprekken met key stakeholders (augustus – november 2024)

Overzicht	
Totaal aantal gesprekken	17
Wanneer	Oktober – november 2024
Wat	Reflectie op ambities Masterplan

In het najaar van 2024 voerde Icon Real Estate in totaal 17 gesprekken met key-stakeholders. De key-stakeholders waar mee gesproken is:

Naam	**Gebouw**
Deka	Symphony Vinoly
Hello Zuidas	n.v.t.
VU	n.v.t.
UNION	ITO, SOM, UN-studio
RJB	Valley
Vve's	Xavier 900 Mahler Intermezzo New Amsterdam Gershwin Brothers The George Django Gershwin Townhouses (individuele bewoners)
Dickys	ITO
Doppio	ITO
ClubSportive	SOM
Limon	Django

Er zijn één-op-één interviews en gesprekken gehouden met deze key stakeholders over de periode oktober en november 2024. De interviews werden afgenomen door LMTD en Icon Real Estate. Bij een aantal interviews was ook een vertegenwoordiger van de gemeente Amsterdam aanwezig. De leidraad voor deze gesprekken was een reflectie op de ambities van het Masterplan. Het overzicht is zo compleet mogelijk. Hiernaast zijn de vve's van The Gustav, OpZuid, Summertime, Symphony Residences en Miles ook meerdere malen benaderd met een uitnodiging om deel te nemen aan de interviews, maar Icon Real Estate heeft hierop geen reactie ontvangen.



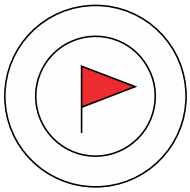
Stakeholders positief over herontwikkeling

De geïnterviewde stakeholders (vastgoedpartijen, gebiedsmanagement, gemeente, onderwijs, bewoners, vve's en ondernemers) geven aan positief te staan tegenover de herontwikkeling van het ABN AMRO-complex. Ze noemen de bereikbaarheid en veiligheid als sterke punten van de huidige Zuidas. Ze wijzen ook op verbeterpunten zoals meer diversiteit, groen, kleinschalige voorzieningen en culturele functies. Als aandachtspunten benoemen ze onder meer de veiligheid, bevoorrading en betaalbaarheid voor kleine ondernemers. De stakeholders benadrukken het belang van een goede balans tussen toegankelijkheid en veiligheid.

Reactie op meest gehoorde stellingen over het ABN AMRO-gebied:

	V	G	E	B	O
Algemeen					
Transformatie naar social business district is positief					
Bereikbaarheid en veiligheid zijn sterke punten					
Knelpunten					
Het gebied is te monotoon en mist diversiteit					
Er is te weinig levendigheid buiten kantooruren					
Betaalbare voorzieningen ontbreken					
Openheid en groen					
Open gebied om in te wandelen is een verbetering				*1	
Meer groen en biodiversiteit is gewenst					
Groene verbinding is positieve toevoeging					
Voorzieningen en programma					
Mix van voorzieningen gewenst					**2
Culturele functies zijn belangrijke toevoeging					
Kleinschalige retail/horeca gewenst					**2
Praktische aandachtspunten					
Bevoorrading vraagt aandacht					
Balans veiligheid/toegankelijkheid belangrijk					
Betaalbaarheid kleine units is cruciaal					

**1. Zorgen over fietsers die mogelijk door het nieuwe park rijden*
***2. Zorgen over aanbod aan horeca gezien het huidige aantal bezoekers.*



V = Vastgoedpartijen
G = Gebiedsmanagement/Gemeente
E = Onderwijsinstellingen
B = Bewoners en vve's
O = Ondernemers

	Mee eens
	Zorgen geuit
	Niet mee eens
	Geen uitspraak

II – Afnemen van vragenlijst (enquête), online en op straat (oktober – november 2024)

Deel 1a: ervaringen en behoeften in Zuidas (oktober 2024)

Overzicht	
Totaal aantal respondenten	192
Waar	Mahlerplein
Wanneer	15 en 17 oktober 2024
Aantal dagdelen	3

In oktober 2024 zijn straatgesprekken gevoerd op locatie Zuidas waarin vijf korte vragen werden gesteld aan passanten. Er werden vragen gesteld over de algemene ervaring en behoeften van mensen in Zuidas. De vragen die gesteld werden waren:

- Wat brengt u naar Zuidas, bent u hiervoor werk, reizen, wonen, studie of iets anders?
- Wat vindt u leuk aan Zuidas, of wat spreekt u aan?
- Zijn er nog andere dingen die u doet op Zuidas, naast werken, wonen of reizen?
- Wat mist u in Zuidas?
- Heeft u nog iets toe te voegen?

De enquêteurs waren aanwezig met iPads waarop met een paar beelden de ambities en de locatie werd aangeduid voor de herontwikkeling van het ABN AMRO-complex. De vragenlijst was in het Nederlands en Engels, om aan te sluiten op de internationale doelgroep in Zuidas. Als bedankje kregen respondenten een bon voor een gratis kop koffie bij een lokale horecaonderneming.

Zuidas: functioneel gebied met verbeterpunten

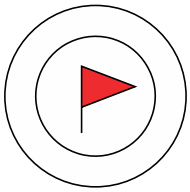
De straatinterviews tonen dat de Zuidas vooral functioneel wordt gewaardeerd. De respondenten bestonden voor meer dan de helft uit werknemers. Er is ook gesproken met passanten, bewoners, studenten en overige gebruikers. Over alle groepen heen worden bereikbaarheid en architectuur het meest positief beoordeeld. Het meest genoemde verbeterpunt is betaalbaarheid van voorzieningen. Dit leeft sterk bij bewoners en studenten, maar ook bij werknemers. Andere verbeterpunten zijn meer groen en - vooral bij bewoners - levendigheid buiten kantoortijden. De waardering verschilt per gebruikersgroep: werknemers en passanten focussen op praktische aspecten, terwijl bewoners ook verblijfskwaliteit en voorzieningen belangrijk vinden. Het merendeel van de respondenten had geen aanvullende opmerkingen.

Heatmap van de verschillende genoemde dimensies:

	W	P	B	S
Meest genoemd				
Bereikbaarheid				
Architectuur/gebouwen				
Horeca/voorzieningen				
Grootste gemis				
Betaalbaarheid				
Groen/parken				
Sfeer/levendigheid				
Behoeften				
Specifieke voorzieningen				
Cultuur				
Diversiteit				

W = Werknemers (108)
P = Passanten (24)
B = Bewoners (19)
S = Studenten/Overig (13)

	Heel vaak genoemd	> 40%
	Vaak genoemd	25-39 %
	Regelmatig genoemd	< 25%



Deel 1b: reflectie op ambities van het Masterplan – online enquête (november 2024)

Overzicht	
Totaal aantal respondenten	169
Waar	Online & bijeenkomst
Wanneer	November 2024

In november 2024 volgde een meer uitgebreide vragenlijst. Naast de algemene vragen, ook gesteld in deel 1a, zijn verdiepende vragen toegevoegd. Deze vragen gingen in op de ambities van Icon Real Estate. De vragen die, naast de algemene vragen, gesteld werden waren:

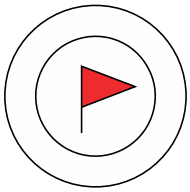
- Hoe kijkt u aan tegen de ontwikkeling en ambitie om deze plek in Zuidas om te vormen tot een social business district? Dus niet alleen kantoren, maar met ook woningen, en meer voorzieningen als winkels en ontmoetingsplekken.
- Het is nu een gesloten gebied. We hebben een meer publiek gebied voor ogen dat meer in verbinding staat met de omgeving. Wat vindt u daarvan?
- Het is de bedoeling veel voorzieningen toe te voegen. Zoals een plek voor tentoonstellingen, studieplekken, ruimte voor evenementen, kleine winkels, ontmoetingsruimte, fysiotherapie of huisarts, laagdrempelige horeca. Wat vindt u daarvan?
- We willen door toevoeging van groen en gevels waar bijvoorbeeld vogels kunnen nestelen een bijdrage leveren aan een stad waar planten en dieren kunnen floreren: biodiversiteit. Wat vindt u daarvan?
- Zijn er andere zaken die u graag onder onze aandacht wilt brengen?

Ook deze vragenlijst werd tweetalig aangeboden. Bij alle vragen was er de mogelijkheid voor respondenten om verdere aanvullingen te geven indien gewenst.

Deze vragenlijst is op verschillende manieren ingezet:

Huis-aan-huis uitnodiging en online nieuwsbrief - Ruim 1600 bewoners werden uitgenodigd met een huis-aan-huis verspreid kaartje met daarop een QR-code om naar de online vragenlijst te gaan. Daarnaast werd men uitgenodigd voor de extra inloopbijeenkomst op 21 november 2024 en kon je je inschrijven via een QR-code voor de nieuwbrief. De uitnodiging werd verspreid bij bewoners van de gebouwen: Summertime, Ella, The Valley, Mahler 900, Xavier, Django, Intermezzo, Gershwin Brothers, The George en The Gustav.

Social media advertentie - Icon Real Estate zette een social media advertentie in waarbij media-budget werd ingezet om meer aandacht te genereren via een betaalde advertentie op Facebook en Instagram, met als doel de online enquête bij bewoners in het gebied verder onder de aandacht te brengen. De online advertentie liep van 25 tot 30 november 2024.



Afnemen vragenlijst bij drop-in event 21 november - Op 21 november 2024 was er een extra drop-in bijeenkomst voor bewoners. Ook dit moment is gebruikt om de online vragenlijst af te nemen. In hetzelfde tijdsbestek hebben enquêteurs ook weer op straat de vragenlijst afgenomen. Deze inloopbijeenkomst werd gepland in de avonduren voor een zo groot mogelijk bereik onder bewoners uit het gebied.

Overig - Abonnees van de online nieuwsbrief van Icon Real Estate nieuwsbrief kregen ook de online vragenlijst onder hun aandacht gebracht, met de vraag deze in te vullen als ze geïnteresseerd waren.

Online enquête: peiling ambities herontwikkeling ABN AMRO-complex

De online enquête laat zien dat werknemers, passanten, bewoners en andere bezoekers het gebied waarderen vanwege de bereikbaarheid, de architectuur en de voorzieningen. Groen en levendigheid doordeweeks worden genoemd als verbeterpunten. Respondenten missen vooral diversiteit in het winkelaanbod, betaalbare voorzieningen en meer verblijfskwaliteit. Plannen voor een social business district worden positief ontvangen, zo lang de tussen rust, levendigheid en betaalbaarheid maar behouden blijft. Er is sterke steun voor meer groen en biodiversiteit, maar ook aandacht voor praktische zaken zoals veiligheid, onderhoud, schoonmaak, handhaving en sociale cohesie. De resultaten benadrukken het potentieel voor een gevarieerde, duurzame en toegankelijke Zuidas voor alle gebruikers.

Heatmap van de verschillende genoemde dimensies:

	W	P	B	S
Meest genoemd				
Bereikbaarheid				
Architectuur/gebouwen				
Voorzieningen				
Groen				
Niets				
Meest gemist				
Voorzieningen				
Groen				
Diversiteit				
Sport				
Niets				

W = Werknemers (108)
P = Passanten (24)
B = Bewoners (19)
S = Studenten/Overig (13)

	Heel vaak genoemd	> 40%
	Vaak genoemd	25-39 %
	Regelmatig genoemd	< 25%

III – Drop-in events en informatiemarkt (september – november 2024)

Overzicht	
Aantal events	4
Waar	Meerdere locaties
Wanneer	September – november 2024

In het najaar van 2024 was Icon Real Estate aanwezig op de informatiemarkt Zuidas-Zuidasdok van 8 oktober, georganiseerd door de gemeente Amsterdam. Daarnaast heeft Icon Real Estate 3 inloopbijeenkomsten (op 10 september, 12 november, 21 november) georganiseerd.

Informatiemarkt Zuidas-Zuidasdok (8 oktober 2024)

Op 8 oktober 2024 hield Zuidas-Zuidasdok een inloop informatiemarkt waarin diverse ontwikkelingen in de Zuidas-regio centraal stonden. Mensen konden reageren op de vraag 'Hoe kunnen we Zuidas mooier, beter of leuker maken?' door hun ideeën op post-its achter te laten op een groot A0-bord.

Drop-in events: inloopbijeenkomsten (10 september, 12 en (extra) 21 november 2024)

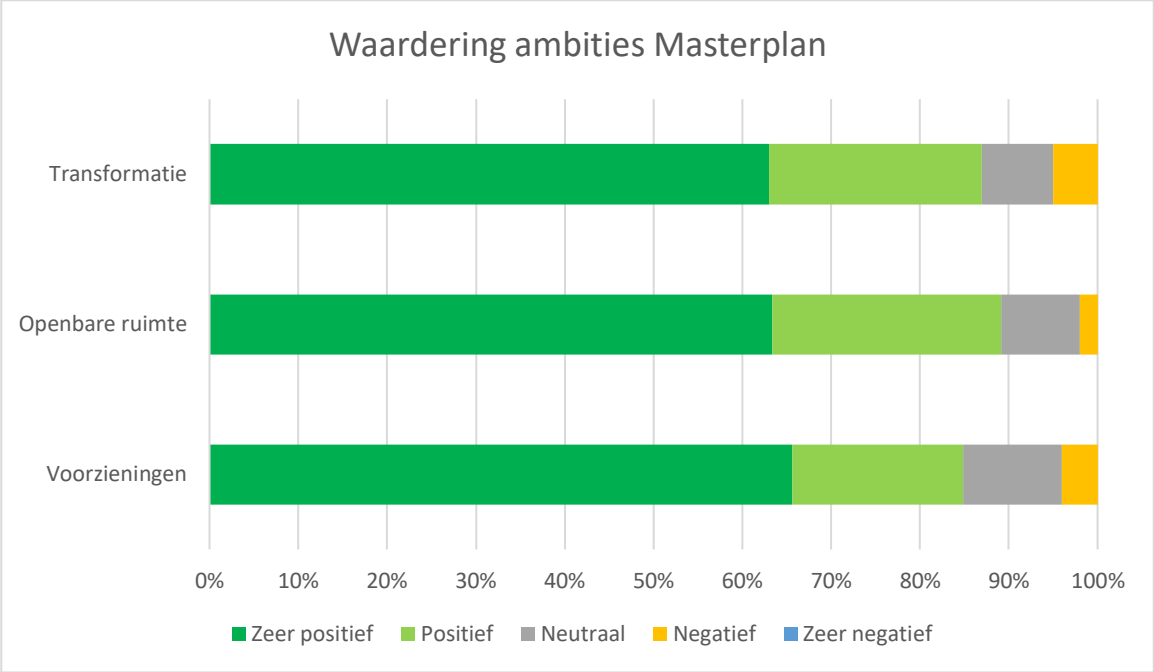
Er waren in totaal 3 inloopbijeenkomsten voor omwonenden en andere geïnteresseerden. De focus van het eerste inloopmoment op 10 september lag vooral bij de ontmanteling van het Circl-paviljoen, de twee andere inloopmomenten waren vooral gericht op het beantwoorden van vragen over de ontwikkeling van het nieuwbouw kantoor Mahler 1 en de herontwikkeling van het ABN-AMRO complex. Ook de vragenlijsten werden afgenomen bij de bijeenkomsten.

Bewoners in het gebied werden extra geattendeerd op de inloopbijeenkomst van 21 november 2024 door middel van de 1600 huis-aan-huis kaarten, de nieuwsbrief en online- en sociale media van Zuidas.nl. Deze inloopbijeenkomst werd gepland in de avonduren voor een zo groot mogelijk bereik onder bewoners uit het gebied.

Aandacht voor menselijke schaal, functiemenging en toegankelijkheid

De deelnemers aan de workshop deelden hun ideeën voor verbetering van de Zuidas in vijf hoofdthema's: meer openbare verblijfsruimte, groen en duurzaamheid, culturele en sociale voorzieningen, diverse retail en verbeterde leefbaarheid. De reacties tonen een sterke behoefte aan een menselijke schaal, functiemenging en toegankelijkheid. Men wenst meer ontmoetingsplekken, culturele voorzieningen en een duurzame leefomgeving. De suggesties zijn praktisch en concreet, waarbij de balans tussen zakelijke uitstraling en toegankelijkheid een belangrijk aandachtspunt blijft.

4. Samenvatting resultaten



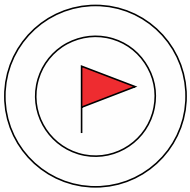
De drie elementen van het Masterplan worden allemaal positief beoordeeld door de respondenten die tijdens het participatieonderzoek werden benaderd:

- 87% is positief over de transformatie naar een social business district
- 90% is positief over de plannen voor meer openbare ruimte en groen
- 84% is positief over de toevoeging van diverse voorzieningen

Neutrale en negatieve reacties zijn consistent laag (tussen 5-15%) voor alle drie de elementen. Zeer negatieve reacties komen niet voor.
Uit het uitgevoerde participatieonderzoek komt naar voren:

Zuidas heeft positieve punten:

- Goede bereikbaarheid en efficiënte infrastructuur worden door alle gebruikers zeer gewaardeerd.
- De moderne architectuur en uitstraling worden positief beoordeeld, vooral door werknemers.
- De veilige en georganiseerde omgeving wordt gewaardeerd, met name door bewoners.



Zuidas heeft verbeterpunten:

- Er is een gebrek aan betaalbare voorzieningen, zoals winkels, horeca en sportfaciliteiten. Dit wordt vooral gemist door bewoners, studenten en jonge werknemers.
- Meer groen en openbare ruimte voor verblijf wordt door alle gebruikersgroepen gewenst.
- Meer diversiteit en levendigheid, ook buiten kantoortijden, wordt breed gedragen als wens.

En er zijn aandachtspunten voor wat betreft het plan

- Ondanks de positieve ontvangst van de plannen, blijven er zorgen over behoud van rust en voorkomen van overlast, vooral bij bewoners.
- De balans tussen hoogwaardige uitstraling en betaalbaarheid/toegankelijkheid voor verschillende doelgroepen wordt als kritisch aandachtspunt gezien.
- Praktische zaken als verkeer, logistiek, veiligheid en onderhoud verdienen bij de verdere uitwerking aandacht.

Samengevat laten de resultaten zien dat er een brede basis is voor de transformatie van Zuidas, mits er voldoende aandacht is voor de balans tussen levendigheid en leefbaarheid, en voor de praktische inpassing in de bestaande omgeving. De wensen vanuit de verschillende gebruikersgroepen bieden waardevolle input voor de verdere ontwikkeling van de plannen.

5. Communicatie

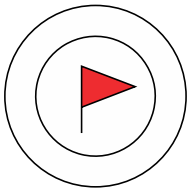
Voor de doeleinden van de omgevingscommunicatie werden gedurende het participatieproces verschillende middelen gebruikt. Deze middelen waren:

Eigen middelen & kanalen

- Website Icon Real Estate
- Online nieuwsbrief Icon Real Estate
- Huis-aan-huis kaarten met uitnodiging enquête, inschrijven nieuwsbrief en extra inloopbijeenkomst op 21 november 2024
- Social media advertentie Facebook en Instagram (voor breder bereik online enquête fase 1b)

Middelen en kanalen derden

- Zuidas.nl (nieuwbericht)
- Social media kanalen Zuidas.nl
- Social media berichtgeving Gemeente Amsterdam-Zuidas



6. Hoe gaat Icon Real Estate om met de resultaten?

Verwerking resultaten in het Masterplan (en verder)

De resultaten worden beoordeeld door het ontwikkelteam van Icon Real Estate in samenwerking met het projectteam Zuidas van de gemeente Amsterdam. Waar mogelijk dient de input als verrijking van het Masterplan. Vooralsnog is de input in lijn met de ambities van het Masterplan en is het overgrote deel onderdeel van de huidige plannen. Specifieke suggesties over bijvoorbeeld kleine ambachtelijke winkels, straatverlichting en publieke functies als een bibliotheek worden gewogen bij de concrete uitwerking van deelplannen.

Diversiteit en levendigheid

De roep om meer diversiteit en levendigheid sluit aan bij onze ambities. Levendigheid in en rondom gebouwen als principe betekent dat we zoveel mogelijk ruimte willen realiseren voor de mens en de interactie met de gebouwen. Stedenbouwkundig betekent dit een betere aansluiting op de stadsstructuur, en het realiseren van een publiek domein rondom. Ook zetten we in op meer toegankelijke daken, waarbij we de 'vijfde gevel' ook bruikbaar maken. Qua landschap ontwerpen we zodanig dat ontmoetingen kunnen ontstaan in een inspirerende en gezonde omgeving.

We bevorderen de verblijfskwaliteit op verschillende manieren. Het programma omvat een mix van functies, waarmee de algemene levendigheid van Zuidas zal verbeteren. Op het niveau van mobiliteit betekent het reduceren van verkeer- en vervoersbewegingen.

Meer groen

Groen, een kwaliteit die gemist wordt in Zuidas, wordt een belangrijk onderdeel van de herontwikkeling en het groen dat wordt aangelegd sluit aan op de stedelijke groenstructuren. Zo wordt de versteende Zuidas groener. Het hoofddoel hierbij is om een levendige, uitnodigende groene stedelijke ervaring te creëren in het hart van de ABN AMRO-locatie. Het plan richt zich op buitenruimtes die het hele jaar door toegankelijk, biodivers en aantrekkelijk zijn.

Dit masterplan is verankerd in het omliggende landschap en versterkt de verbindingen met Amsterdam, maar ook in de grotere stedelijke context. Het Masterplan zal hiermee een uitbreiding zijn op wat Zuidas al te bieden heeft voor bewoners, werknemers, reizigers en bezoekers. Het Masterplan voorziet in een uitnodigende route met levendige openbare pleinen, verborgen tuinen en gezellige terrassen. De groene ervaring zal meerdere lagen van het project omvatten, van de begane grond tot de terrassen en daktuinen. Op deze manier wordt er een groene ervaring op alle niveaus gerealiseerd. Het groene stedelijke landschap is niet alleen ontworpen voor mensen, maar ook om de lokale ecologie en biodiversiteit te verbeteren. Dichte beplanting met inheemse plantensoorten biedt leefruimte en nestplaatsen aan lokale fauna, zodat die kan gedijen en floreren in deze

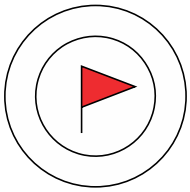
omgeving. Het project hanteert dus hoge ecologische normen in samenwerking met de ecologen van Amsterdam.

Kleinschalige functies en culturele functies

Veel mensen geven aan kleinschalige winkels en andere functies te missen. De stedenbouwkundige/ architectonische opzet van het Masterplan borgt differentiatie. Bijvoorbeeld door het specifiek aanwijzen van locaties met een kleinere of juiste grotere unitomvang. De voorkeur is uitgesproken om een meer 'actievere' buitenkant (rondom het perceel) en meer serene binnenkant (het "Groene Hart") te realiseren. Een actievere buitenkant kan gerealiseerd worden door het toepassen van kleinere units waardoor er meer traffic ontstaat. Het culturele programma wordt momenteel met de gemeente onderzocht. In deel 2 van het participatieproces gaan we dieper in op functies.

7. Vervolg participatieproces – deel 2

In Q1 2025 wordt het participatietraject vervolgt (deel 2). Er worden opnieuw enquêtes gehouden over de *verschijningsvormen* van het Masterplan, op hoofdlijnen. We zoeken naar een brede reflectie op de hoofdlijnen van de ruimtelijke plannen, van mensen die wonen, werken en verblijven in Zuidas. Daarnaast worden er optioneel focusgroepen georganiseerd om hierover verdere input te verzamelen. Mensen worden ook uitgenodigd voor een inloopbijeenkomst over de hoofdlijnen van het Masterplan, in dezelfde trant als deel 1 van de participatie. Naast de publieksparticipatie vinden in dezelfde periode gesprekken plaats met direct belanghebbende organisaties, inclusief stadsdeel Zuid.



8. Bijlagen

Bijlage A. Interviews met stakeholders

Tijdens de interviews werden verschillende stakeholders geïnterviewd. Van stakeholders met grote institutionele belangen tot dagelijkse gebruikers. Er werd gespreken met de volgende vijf partijen:

- Investeerders en vastgoedontwikkelaars
- Gebiedsmanagement en gemeente
- Onderwijs
- Bewoners en vve's
- Lokale ondernemers

1. Wat is op dit aantrekkelijk of leuk aan Zuidas? Wat spreekt u aan?

"Het is wel heel erg veilig en like-minded wat mij ook wel echt irriteert. Het is natuurlijk goed te bereiken, veilig, goed georganiseerd maar wel een beetje saai." (Ontwikkelaar)

De algemene teneur is dat Zuidas goed op praktisch niveau functioneert, maar levendigheid en diversiteit mist. Opvallend is dat zelfs een grote vastgoedpartij deze kritische noot laat horen.

Vastgoedpartijen
- Focus op kwaliteit van gebouwen en veiligheid
- Erkenning van exclusieve aantrekkingskracht
- Kritische noot over eenzijdigheid

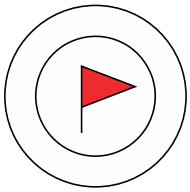
Gebiedsmanagement/Gemeente
- Weinig concrete input op deze vraag

Onderwijsinstellingen
- Nadruk op verbeterde gebiedsintegratie
- Focus op eigen positie in het gebied

Bewoners en vertegenwoordigers
- Waardering voor praktische voorzieningen
- Erkenning van internationale allure

Ondernemers
- Zeer lokale focus op eigen bedrijvigheid

2. Wat mist er op dit moment vooral in Zuidas? Zodat we dit kunnen meewegen in de invulling.



"Een parkje om rustig even te kunnen zitten, weg van de drukte zou een fijne toevoeging zijn" (Bewoner)

Stakeholders geven aan dat er behoefte is aan meer menselijke schaal en ontmoetingsplekken in wat nu nog vooral een zakelijk district is. Vrijwel alle stakeholders wijzen op het gebrek aan diversiteit en levendigheid, maar vanuit hun eigen perspectief.

Vastgoedpartijen
- Behoefte aan meer diversiteit
- Vraag naar buurtvoorzieningen
- Wens voor meer programmering en activiteiten
- Nadruk op plekken die mensen trekken

Gebiedsmanagement/Gemeente
- Focus op laagdrempelige plekken
- Behoefte aan voorzieningen voor nieuwe doelgroepen (sociale huur, middensegment)
- Signaleert gebrek aan recreatieve winkels

Onderwijsinstellingen
- Sterke wens voor makersdistrict en innovatie
- Behoefte aan gedeelde voorzieningen zoals labruimte
- Vraag naar cultureel programma (vergelijkbaar met Pakhuis de Zwijger/De Balie)

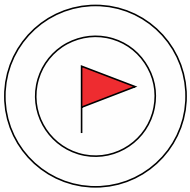
Bewoners en vertegenwoordigers
- Gemis aan dagelijkse voorzieningen (bakker, slager, etc.)
- Behoefte aan culturele voorzieningen
- Praktische zaken zoals klimaatcomfort en afvalvoorzieningen
- Vraag naar lokaal ondernemerschap

Ondernemers
- Focus op kleinschalige retail
- Behoefte aan authentieke winkels

3. Het is nu een gesloten gebied. We hebben een gebied voor ogen waar je doorheen kunt lopen, een open, groen forum in het midden. Wat vindt u daarvan? Heeft u specifieke aandachtspunten?

"De reden dat ik in het WTC zit is dat het hier veel faciliteiten zijn. Echt een stadswijk met faciliteiten. Goed idee om de buitenkant van het plangebied te activeren. Dat zal de buurt en de straat te goede komen." (Gemeente Amsterdam)

Stakeholders leggen een link legt tussen voorzieningen en levendigheid, en hoe het openen van het gebied dit kan versterken. Opvallend is de unanieme positieve reactie van alle stakeholders, wat niet vaak voorkomt bij grootschalige gebiedsontwikkeling.
De aandachtspunten die genoemd worden zijn vooral constructief en gericht op optimalisatie, niet op fundamentele bezwaren.



Vastgoedpartijen

- Unaniem positief
- Waardering voor openen van het gebied
- Zien het als verbetering voor gebiedskwaliteit
- Interesse in hoe het faciliterend kan zijn voor de buurt

Gebiedsmanagement/Gemeente (Hello Zuidas)

- Sterk positief over activering buitenkant plangebied
- Technische aandachtspunten zoals:
    - Gebruik van transparant in plaats van spiegelend glas in plinten
    - Flexibiliteit in unit-groottes
    - Mogelijkheid tot splitsen/samenvoegen van ruimtes

Onderwijsinstellingen (VU)

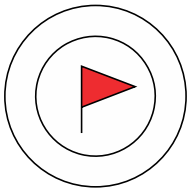
- Zeer positief
- Ziet huidige situatie als obstakel
- Waardering voor het wegnemen van barrières

Bewoners en vertegenwoordigers

- Breed gedragen enthousiasme
- Waardering voor groen en verblijfsplekken
- Vve's specifiek blij met opening van het gebouw

Ondernemers

- Kort maar krachtig positief ("super")



4. We zorgen voor zoveel mogelijk groen tussen de gebouwen, op de daken en aan de gevels. Wat vindt u daarvan? Heeft u specifieke aandachtspunten?

"BREEAM is nu meer 'green on the paper' en niet meer echt duurzaam. Dan kunnen we beter focussen op goedkopere service kosten. Bij groen is dit een ander verhaal." (Ontwikkelaar)

Er is een verschuiving te zien van 'papieren duurzaamheid' naar concrete, zichtbare en functionele vergroening. Er is een brede steun voor vergroening, maar de stakeholders benaderen het vanuit verschillende perspectieven. Vastgoed vanuit investeringswaarde en regelgeving. Gebiedsmanagement vanuit praktische uitvoerbaarheid. Onderwijs vanuit beperkte middelen en bewoners vanuit gebruikswaarde.

Vastgoedpartijen
- Biodiversiteit als persoonlijke targets
- Duurzaamheidsfondsen die dit eisen
- Zien het als toekomstbestendige investering
- Ontwikkelaars zien noodzaak voor meer groen en verblijfsplekken

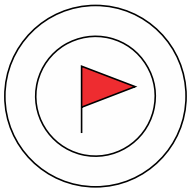
Gebiedsmanagement/Gemeente
- Kritisch-constructief over uitvoerbaarheid
- Aandachtspunten voor:
    - Bezonning
    - Onderhoudskosten
    - Realistische implementatie
- Tekort aan groen en slechte verbindingen met omliggende parken

Onderwijsinstellingen
- Erkennen het belang van groen
- Wijzen op eigen beperkte middelen voor groenvoorzieningen
- Noemen een botanische tuin als voorbeeld

Bewoners
- Waardering voor parkachtige setting
- Focus op gebruiksaspecten
- Interesse in klimaatstudie en plaatsing voorzieningen

Ondernemers
- Positief

7. Het is de bedoeling veel voorzieningen toe te voegen. Zoals een plek voor tentoonstellingen, studieplekken, ruimte voor evenementen, kleine winkels, ontmoetingsruimte, fysiotherapie of huisarts, laagdrempelige horeca. Wat vindt u daarvan? Heeft u specifieke aandachtspunten?



"Niet alleen maar onbetaalbare ruimtes waar alleen grote partijen zoals Starbucks, Joe the Juice etc. in kunnen. De plint van het WTC met kleine units werd als voorbeeld genoemd."
(Bewoner)

Stakeholders vragen om meer diversiteit en lokaal ondernemerschap versus grote ketens. Vastgoed kijkt daarbij vooral naar een mix voor meer levendigheid. Bewoners vinden dagelijkse voorzieningen belangrijk. Onderwijs benadrukt het belang van culturele functies. De gemeente zoekt balans met de omgeving.

Vastgoedpartijen

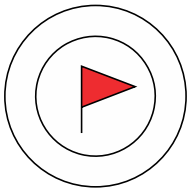
- Sterk voorstander van functiemix
- Specifieke suggesties:
  - Club voor jonge professionals
  - Hotel voor nachtactiviteiten
  - Markt voor verse producten
  - Focus op lokaal ondernemerschap versus ketens
- Zien het als kans voor imagoverandering van CBD naar gemengd gebied

Gebiedsmanagement/Gemeente

- Nadruk op belevingswaarde
- Aandacht voor technische aspecten zoals:
  - Activering van passages
  - Creëren van prettige wandelroutes
- Kritisch over huidige winkelaanbod
  - Te doelgericht
  - Niet gericht op bewoners
  - Vraag of het wel een winkelgebied moet worden

Onderwijsinstellingen

- Enthousiast over culturele programmering
- Specifieke interesse in:
  - Kunstroute van museum naar onderwijsinstelling
  - Podiumfuncties
  - Buurtvoorzieningen



Bewoners en vve's

- Sterke focus op kleinschaligheid en betaalbaarheid
- Suggesties voor:
  - Hondenspeeltuin
  - Muziekstudio
  - Buurtmarkt met kleine units
- Culturele programmering (lezingen, TED-talks)

Ondernemers

- Vraag om stadsvoorzieningen
- Zorg over balans in horeca-aanbod

8. We denken aan een menging van hogere en wat lagere torens, met allure. Wat vindt u daarvan? Heeft u specifieke aandachtspunten?

"40/40/20 bij de sociale huur wordt een lastige combinatie." (Bewoner)

Hoogbouw wordt op zich geaccepteerd, maar invulling en sociale impact worden belangrijker gevonden. Opvallend is dat: De meeste stakeholders vrij kort reageren op deze vraag en de focus meer op programma ligt dan op vorm. Bewoners zijn het meest kritisch en specifiek in hun feedback. Er weinig discussie is over de hoogbouw zelf.

Vastgoedpartijen

- Kort maar positief ("logisch", "ziet er goed uit"). Weinig specifieke input op architectuur.

Gebiedsmanagement/Gemeente

- Zeer enthousiast ("onwijs gaaf")
- Geen specifieke aandachtspunten genoemd

Onderwijsinstellingen

- Focus op eigen belang: mogelijkheden voor studentenhuisvesting en visiting staff
- Interesse in garantstellingen voor specifieke doelgroepen

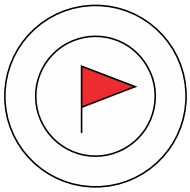
Bewoners en vve's

- Gemengde reacties:
  - Kritische reactie over sociale mix (40/40/20) "Dit wordt een lastige combinatie."
  - Vragen over architectuurstijl en herkenbaarheid
- Aandachtspunt voor behoud van identiteit huidige gebouw, zorgen over middelste toren

Ondernemers

- Positief over meer massa voor meer levendigheid

9. Onderdeel van de visie is een groene verbinding voor voetgangers tussen Beethovenstraat en Gustav Mahlerplein. Wat vindt u daarvan? Heeft u specifieke aandachtspunten?



'O wauw'. Het is echt nodig dat alles wordt verbonden." (Onderwijs)

Er is breed draagvlak voor deze interventie. Daarbij is vooral aandacht voor goede implementatie en aansluiting op de omgeving. Opvallend is dat alle stakeholders positief zijn en feedback vooral gaat over praktische uitvoering. Koppeling met omliggende gebieden belangrijk wordt gevonden. Focus ligt op verbinding als functie, niet alleen als groen element.

Vastgoedpartijen

- Positief over verbinding
- Een keer wordt de middelste toren als potentieel obstakel genoemd.

Gebiedsmanagement/Gemeente

- Zeer positief
- Aandachtspunt voor afstemming met gemeente:
  - Aansluiting op openbare ruimte
  - Kwaliteitsniveau moet matchen

Onderwijsinstellingen (VU)

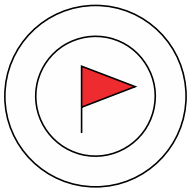
- Zeer enthousiast
- Zien noodzaak van verbindingen

Bewoners

- Positief over groenvoorzieningen
- Praktische aandachtspunten zoals verlichting
- Focus op gebruiksaspecten

Ondernemers

- Positief over groene hart
- Vraagt aandacht voor aangrenzend plein: "Het plein hier mag ook wel meer liefde krijgen"



10. We willen door toevoeging van groen en gevels waar vogels kunnen nestelen een bijdrage leveren aan een stad waar planten en dieren kunnen floreren: biodiversiteit. Wat vindt u daarvan? Heeft u specifieke aandachtspunten?

"We kijken erg naar biodiversiteit. Een van onze fondsen is gericht op duurzaamheid. Biodiversiteit is daar een erg belangrijke driver." (Investeerder)

Biodiversiteit wordt breed gedragen als doel, maar praktische en financiële uitwerking vraagt nog wel aandacht. Biodiversiteit verschuift van 'nice to have' naar zakelijke noodzaak verschuift. Vastgoedpartijen zijn het meest uitgesproken over dit onderwerp.
Er worden weinig concrete bezwaren of zorgen genoemd. Focus ligt op de implementatie en financiering.

Vastgoedpartijen

- Investeerders zeer uitgesproken positief:
  - Biodiversiteit als persoonlijke target
  - Belangrijke driver voor duurzaamheidsfondsen
  - Kritisch over huidige certificeringen (BREEAM als 'green on paper')
  - Voorkeur voor concrete maatregelen boven labels
- Ontwikkelaars kort positief ("Goed dat hier wat mee gedaan wordt")

Gebiedsmanagement/Gemeente

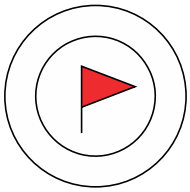
- Niet direct gereageerd op deze vraag

Onderwijsinstellingen (VU)

- Erkent belang van groen
- Wijst op eigen beperkingen:
  - Groen als 'onderschoven kindje'
  - Beperkte budgetten voor groene daken
  - Zorgen over toekomst botanische tuin

Bewoners & Ondernemers

- Korte, positieve reacties ("Ja, leuk. Een echte toevoeging")
- Geen specifieke aandachtspunten genoemd



11. Zijn er andere zaken die u graag onder onze aandacht wilt brengen?

"Zorg voor minder barrières binnen de gebouwen en binnen het gebied. Dit betekent namelijk helemaal niet dat het onveiliger wordt. Verberg de poortjes en de balies." (Gemeente)

Stakeholders zijn enthousiast over de plannen. Tegelijkertijd leven er zorgen over de praktische uitwerking en het dagelijks functioneren. Kernuitdaging is balanceren tussen toegankelijkheid en veiligheid. Opvallend is dat de 'overige punten' die genoemd zijn zeer divers zijn en vaak praktischer van aard zijn dan eerdere antwoorden. De aanpak vraagt focus op menselijke maat en dagelijks gebruik.

Vastgoedpartijen

- Focus op gemengde functies voor specifieke doelgroepen
- Suggestie voor gecombineerde voorzieningen zoals kinderopvang met nagelstudio, massage, kapper.

Gebiedsmanagement/Gemeente

- Focus op toegankelijkheid
    - Minder barrières binnen gebouwen
    - Verbergen van poortjes en balies
    - Aandacht voor korte termijn activatie en placemaking
- Gemeente
    - Kans voor betere verblijfsplek
    - Mensen naar buiten halen
    - Belang van overlegplekken

Onderwijsinstellingen (VU)

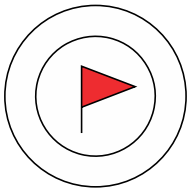
- Wonen op campus als sleutel voor levendigheid
- Aandacht voor aansluiting met Ravel-gebied

Bewoners en vve's

- Breed scala aan suggesties:
    - Muziekstudio voor lokaal talent
    - Verkeerszorgen (één- vs. tweerichtingsverkeer)
    - Zorgen over bevoorrading
    - Fietsgebruik en -routes
    - Breed enthousiasme over plannen
- Vragen over fasering en minimalisering overlast

Ondernemers

Praktische zorgen: Te veel horeca voor te weinig mensen, parkeerproblemen en leegstaande fietskelders.



Samenvatting

- Breed gedragen enthousiasme voor transformatie naar gemengd gebied
- Huidige situatie wordt als te monotoon en gesloten ervaren
- Sterke wens voor meer diversiteit in functies en gebruikers
- Praktische uitwerking en dagelijks functioneren van het gebied vragen zorgvuldige aandacht.

Belangrijkste thema's:

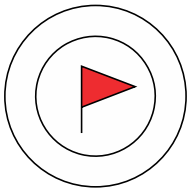
1. Functiemenging & Voorzieningen
   - Grote behoefte aan lokale voorzieningen (bakker, slager, etc.)
   - Wens voor culturele functies (museum, podium)
   - Focus op kleinschaligheid en lokaal ondernemerschap versus ketens
   - Behoefte aan ontmoetingsplekken

2. Toegankelijkheid & Verbinding
   - Sterke steun voor openen van het gebied
   - Belang van groene verbindingen
   - Aandacht voor menselijke maat
   - Wens voor betere aansluiting op omgeving

3. Duurzaamheid & Groen
   - Biodiversiteit als belangrijk thema
   - Vastgoedpartijen zien het als investeringskans
   - Praktische zorgen over onderhoud en uitvoerbaarheid

4. Sociale aspecten
   - Zorgen over menging verschillende doelgroepen
   - Behoefte aan meer diversiteit in gebruikers
   - Wens voor levendigheid buiten kantoortijden

5. Praktische aandachtspunten
   - Verkeer en logistiek
   - Parkeren en fietsen
   - Fasering en bouwoverlast
   - Betaalbaarheid voor kleine ondernemers



Opvallend:

- Grote consensus over hoofdlijnen
- Kritiek vooral op praktische uitwerking
- Verschillende perspectieven versterken elkaar
- Focus op kwaliteit en duurzaamheid
- Breed gedragen wens voor meer stedelijke levendigheid

Bijlage B. Straatinterviews met werknemers, passanten, bewoners en studenten

Tijdens de interviews werden mensen op straat bevraagd over Zuidas. De volgende groepen gebruikers waren vertegenwoordigd:

Werknemers:	108 respondenten
Passanten:	24 respondenten
Bewoners:	19 respondenten
Studenten:	13 respondenten
Anders	28 respondenten

De groep ‘anders’ bestond uit een verschillende mensen die op Zuidas waren voor een afspraak, sport, tijdelijk verblijf of familiebezoek.

1. Wat vindt u leuk/fijn aan Zuidas, of wat spreekt u aan?

"Goed bereikbaar, jong en hip, maar wel een beetje saai"

De waardering voor Zuidas in de straatinterviews concentreert zich sterk rond functionele aspecten, met bereikbaarheid (47x genoemd) en de architectuur (38x genoemd) als grote pluspunten. Het gebied wordt gezien als modern en efficiënt, maar mist volgens velen warmte en karakter. De vergelijking met New York komt enkele keren terug en vat de paradox goed samen: indrukwekkend en hoog stedelijk, maar ook wat afstandelijk. Dit beeld is consistent over alle gebruikersgroepen, waarbij werknemers het meest positief zijn en passanten het meest neutraal of kritisch.

WERKNEMERS (108 respondenten)
De grootste gebruikersgroep is overwegend positief over Zuidas en waardeert vooral de praktische aspecten en professionele uitstraling. De combinatie van goede bereikbaarheid, moderne architectuur en voorzieningen maakt het een prettige werklocatie.

- Bereikbaarheid/OV/transport (32x)
- Architectuur/gebouwen (25x)
- Horeca/voorzieningen (20x)
- Professionele werksfeer (15x)
- Jonge mensen/dynamiek (12x)
- Veiligheid/kwaliteit (8x)
- "Niets/niet veel" (6x)

Passanten (24 respondenten)
Dit is de meest kritische groep, die Zuidas vooral functioneel gebruikt. Naast bereikbaarheid worden weinig positieve aspecten genoemd.

- Bereikbaarheid/OV-knooppunt (10x)
- "Niets/niet veel" (7x)
- Architectuur (4x)
- Grootsheid/ruimte (3x)
- Efficiency (2x)

Bewoners (19 respondenten)
Bewoners waarderen de combinatie van grootstedelijke voorzieningen met relatieve rust. Ze noemen de meest diverse positieve aspecten van alle groepen.

- Voorzieningen/horeca (8x)
- Bereikbaarheid (5x)
- Mix rust/levendigheid (4x)
- Modern/hoogwaardig (4x)
- Veiligheid (3x)
- Community/sfeer (3x)

Studenten (13 respondenten)
Studenten zijn verdeeld in hun waardering. Ze waarderen de praktische aspecten maar missen levendigheid en betaalbare voorzieningen.

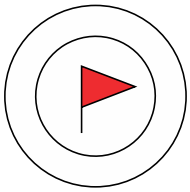
- Bereikbaarheid (5x)
- Voorzieningen (4x)
- "New York achtig" (3x)
- "Niet veel/saai" (3x)
- Nabijheid universiteit (2x)

2. Wat mist u op Zuidas?

"Betere restaurants, food opties, healthy food options, better coffee spots."

Mensen missen vooral meer betaalbaarheid, groen en gezelligheid/sfeer. De overwegende kantoorfunctie van het gebied maakt het eenzijdig. Er is gebrek aan verbinding met de omgeving en men heeft behoefte aan meer levendigheid en diversiteit. Over alle groepen heen zijn betaalbaarheid (51x), meer groen (36x) en gezelligheid/sfeer (31x) de meest gemiste elementen. Er is een duidelijke roep om Zuidas meer inclusief en toegankelijk te maken, met voorzieningen voor verschillende doelgroepen en inkomens.

WERKNEMERS (108 respondenten)
Deze groep mist vooral betaalbaarheid in het dagelijkse aanbod en meer informele sfeer. Behoefte aan groen en cultuur wordt vaak genoemd, wat wijst op wens voor een completere stedelijke omgeving.



- Betaalbare horeca/lunch/koffie (28x)
- Meer groen/park (25x)
- Cultuur/theater/muziek (20x)
- Gezelligheid/sfeer/warmte (18x)
- Betaalbare sportschool (15x)
- Gewone winkels/lokale ondernemers (12x)
- Diversiteit in mensen en aanbod (10x)
- Bruine kroeg/casual horeca (8x)

PASSANTEN (24 respondenten)
Focus ligt sterk op praktische voorzieningen die het reizen aangenamer maken. Relatief veel "niks" antwoorden, wat past bij het functionele gebruik.

- Betere stations voorzieningen/zitplekken (8x)
- Duidelijke bewegwijzering (6x)
- Openbare toiletten (4x)
- Beschutting/wachtruimtes (4x)
- "Niks" (3x)

BEWONERS (19 respondenten)
Bewoners missen vooral voorzieningen die van Zuidas een complete woonwijk maken. Zowel praktische als sociale aspecten worden genoemd.

- Betaalbare winkels/supermarkt (8x)
- Groen/parken (7x)
- Levendigheid avond/weekend (6x)
- Ontmoetingsplekken (5x)
- Voorzieningen voor kinderen (4x)
- Cultuur/entertainment (4x)
- Diversiteit in bewoners (3x)

STUDENTEN (13 respondenten)
Studenten missen vooral betaalbare voorzieningen en plekken om te verblijven zonder te hoeven consumeren. Behoefte aan meer studentikoze sfeer.

- Betaalbare horeca/voorzieningen (7x)
- Studeerplek/verblijfsruimte (5x)
- Sfeer/gezelligheid (4x)
- Studentenvoorzieningen (3x)
- Plekken zonder consumptie (3x)

3. Heeft u nog iets toe te voegen?

"Nee."

Ongeveer 80% van alle respondenten geeft "Nee" als antwoord op de vraag of men nog iets toe te voegen heeft. Van de overige opmerkingen gaan de meeste over praktische zaken als bereikbaarheid, bestrating en voorzieningen. Dit suggereert dat de belangrijkste punten al bij eerdere vragen zijn genoemd.

WERKNEMERS (108 respondenten)
De weinige aanvullende opmerkingen gaan vooral over praktische zaken.

- Opmerkingen over bereikbaarheid/OV (5x)
- Gladde bestrating/hakken (4x)
- Meer groen gewenst (3x)
- Te veel constructie/bouw (3x)
- Behoefte aan retail/winkels (2x)

PASSANTEN (24 respondenten)
Enkelen maken een opmerking over bereikbaarheid.

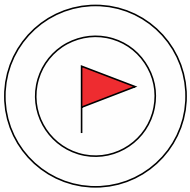
- Opmerkingen over OV/bereikbaarheid (3x)
- Geluidsoverlast (2x)
- Mobiliteit (1x)

BEWONERS (19 respondenten)
Enkele praktische punten over voorzieningen en veiligheid.

- Opmerkingen over voorzieningen (3x)
- Behoefte aan meer sport (2x)
- Verlichting 's avonds (2x)

STUDENTEN (13 respondenten)
Enkele opmerkingen over voorzieningen.

- Behoefte aan sportmogelijkheden (2x)



- Opmerking over drukte (1x)
- Behoefte aan niet te dure voorzieningen (1x)

Opvallende patronen
Het meest opvallende patroon is dat intensievere gebruikers een complexer beeld schetsen, terwijl incidentele bezoekers meer zwart-wit oordelen hebben.

1. **Gebruiksintensiteit & waardering:**
   Hoe intensiever mensen het gebied gebruiken, hoe meer genuanceerd hun mening. Werken en bewoners noemen meer specifieke plus- en minpunten.

   - Werknemers (108) noemen gemiddeld 3.2 positieve aspecten per persoon
   - Bewoners (19) noemen gemiddeld 2.8 positieve aspecten per persoon
   - Passanten (24) noemen gemiddeld 1.4 positieve aspecten per persoon
   - "Niets/niet veel" komt bij passanten relatief het vaakst voor (7 van de 24 = 29%)

2. **Betaalbaarheid & doelgroep:**
   Jongere groepen (studenten en young professionals) noemen vaker betaalbaarheid als issue. Dit correleert sterk met de behoefte aan informele voorzieningen (bruine kroeg, casual horeca).

   - Betaalbaarheid genoemd door:
     - 7 van de 13 studenten (54%)
     - 28 van de 108 werknemers (26%)
     - 8 van de 19 bewoners (42%)
   - Behoefte aan informele horeca:
     - Bruine kroeg/casual horeca: 8x
     - Betaalbare horeca: 35x totaal

3. **Tijdstip & beleving:**
   Bewoners noemen specifiek avond/weekend problematiek. Werknemers focussen op dag-voorzieningen.

   - Avond/weekend problematiek genoemd door:
     - 6 van de 19 bewoners (32%)
     - 4 van de 108 werknemers (4%)

Bijlage C. Online vragenformulier

134 mensen maakten van de gelegenheid gebruik om het vragenformulier in te vullen. Opvallend is dat op de online enquête meer bewoners gereageerd hebben dan werknemers, in tegenstelling tot de straatinterviews.

Bewoners:	77 respondenten
Werk:	44 respondenten
Passanten:	34 respondenten
Anders:	14 respondenten

De groep 'anders' bestond uit studenten en mensen die naar Zuidas komen voor boodschappen, bezoek aan het VUmc of horecabezoek.

1. Wat vindt u leuk aan Zuidas, of wat spreekt u aan?

De bereikbaarheid wordt in alle groepen het vaakst genoemd als positief punt (totaal 74 keer), gevolgd door architectuur (57 keer) en voorzieningen (20 keer). Groen wordt ook regelmatig genoemd (29 keer) en met name door bewoners en werknemers. In totaal geven 7 respondenten aan dat ze niets aantrekkelijk vinden aan het gebied. Dit suggereert dat de waardering voor Zuidas vooral zit in de functionele aspecten en de moderne uitstraling, maar dat ook de groene aspecten door een aanzienlijke groep worden gewaardeerd.

Verdeeld naar groep:

BEWONERS (55 respondenten):
- Bereikbaarheid: (35x)
- Architectuur: (25x)
- Voorzieningen: (8x)
- Groen: (12x)
- Niets: (2x)
- Overig: diverse aspecten zoals rust en veiligheid

WERKNEMERS (32 respondenten):
- Bereikbaarheid: (22x)
- Architectuur: (19x)
- Voorzieningen: (5x)
- Groen: (8x)
- Niets: (1x)
- Overig: Werksfeer en dynamiek

PASSANTEN (12 respondenten):
- Bereikbaarheid: (9x)
- Architectuur: (7x)
- Voorzieningen: (3x)
- Groen: (4x)

- Niets: (0x)

OVERIG (35 respondenten):
- Bereikbaarheid: (8x)
- Architectuur: (6x)
- Voorzieningen: (4x)
- Groen: (5x)
- Niets: (4x)

Samenvattend zien we dat naast de eerder genoemde hoofdcategorieën (bereikbaarheid, architectuur, voorzieningen en groen) met name de combinatie van dynamiek doordeweeks en rust in het weekend wordt gewaardeerd, samen met de veilige en goed georganiseerde omgeving. Ook de centrale ligging en internationale uitstraling worden regelmatig genoemd als positieve aspecten. De open antwoorden versterken het beeld dat Zuidas vooral wordt gewaardeerd om zijn stedelijke kwaliteiten, maar laten ook zien dat de balans tussen levendigheid en rust door verschillende gebruikers wordt gewaardeerd.

2. Wat mist u op Zuidas?

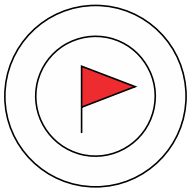
De respondenten geven aan diverse voorzieningen te missen op Zuidas, waarbij de nadruk sterk ligt op twee aspecten: meer groen en betere voorzieningen. Ongeveer een derde van de respondenten geeft aan meer groen te missen, terwijl bijna de helft behoefte heeft aan extra voorzieningen. Diversiteit wordt door ongeveer een kwart van de respondenten genoemd als gemis. Sportfaciliteiten worden door een kleinere groep (ongeveer 15%) als ontbrekend element gezien. Opvallend is dat slechts een zeer klein percentage aangeeft niets te missen in het gebied. Uit de aanvullende opmerkingen blijkt vooral behoefte aan laagdrempelige voorzieningen zoals winkels voor dagelijkse boodschappen, culturele faciliteiten, en meer gevarieerde horeca.

De behoeftes verschillen per groep:
- **Bewoners (55)**
  zijn het meest uitgesproken over het gemis aan voorzieningen en groen
- **Werknemers (32)**
  benadrukken vooral betaalbare lunch-opties en buitenruimte
- **Reizigers (12)**
  missen vooral voorzieningen en diversiteit
- **Overig (35)**
  hebben een gelijkmatige verdeling van behoeftes

Dit suggereert dat er vooral behoefte is aan een meer diverse en toegankelijke invulling van het gebied, met een betere balans tussen high-end en betaalbare voorzieningen, en meer aandacht voor de verblijfskwaliteit van de openbare ruimte.

Verdeeld naar groep:

BEWONERS (55)**:**
- Groen: 19x



- Voorzieningen: 25x
- Diversiteit: 12x
- Sport: 7x
- Niets: 1x

WERKNEMERS (32)**:**
- Groen: 9x
- Voorzieningen: 10x
- Diversiteit: 7x
- Sport: 4x
- Niets: 0x

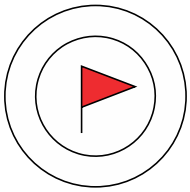
REIZIGERS (12)**:**
- Groen: 4x
- Voorzieningen: 6x
- Diversiteit: 5x
- Sport: 2x
- Niets: 0x

OVERIG (35):
- Groen: 5x
- Voorzieningen: 5x
- Diversiteit: 3x
- Sport: 2x
- Niets: 2x

In de open antwoorden wordt het gemis aan specifieke voorzieningen concreet gemaakt. Respondenten noemen vaak het ontbreken van 'gewone' voorzieningen zoals een goede bakker, viswinkel, bloemenwinkel en betaalbare restaurants. Ook culturele voorzieningen worden gemist: er is behoefte aan een concertzaal, dansstudio's en ruimte voor kunst.
Opvallend is de wens voor meer gevarieerd nachtleven en 'ouderwetse cafés' voor gezelligheid. Enkele respondenten benadrukken het belang van sociale cohesie-bevorderende plekken, zoals een bibliotheek en buurtcentrum. Ook wordt meerdere keren genoemd dat er behoefte is aan meer handhaving vanwege de huidige rommel en overlast.

3. Hoe kijkt u aan tegen de ontwikkeling en ambitie om deze plek in Zuidas om te vormen tot een social business district? Dus niet alleen kantoren, maar met ook woningen, en meer voorzieningen als winkels.

De plannen voor een social business district worden overwegend zeer positief ontvangen door alle groepen gebruikers. Maar liefst 87% van de respondenten staat positief of zeer positief tegenover de ontwikkeling. Opvallend is dat vooral bewoners en werknemers het meest enthousiast zijn over de transformatie. De kleine groep die neutraal of negatief staat tegenover de plannen uit vooral zorgen over mogelijke drukte, overlast en het behoud van rust in de weekenden. Ook betaalbaarheid van de nieuwe voorzieningen wordt regelmatig als aandachtspunt genoemd. Dit suggereert dat er breed draagvlak is voor de plannen, mits er goede balans komt tussen levendigheid en leefbaarheid.



Verdeeld naar groep:

BEWONERS (55x):
- Zeer positief: 33x
- Positief: 13x
- Neutraal: 4x
- Negatief: 4x
- Zeer negatief: 1x

WERKNEMERS (32x):
- Zeer positief: 24x
- Positief: 7x
- Neutraal: 1x
- Negatief: 0x
- Zeer negatief: 0x

PASSANTEN (12x):
- Zeer positief: 8x
- Positief: 3x
- Neutraal: 0x
- Negatief: 1x

STUDENTEN/OVERIG (35x):
- Zeer positief: 17x
- Positief: 12x
- Neutraal: 4x
- Negatief: 1x
- Zeer negatief: 1x

Uit open antwoorden komt een duidelijk beeld naar voren van de gewenste invulling. Er is vooral behoefte aan voorzieningen die nu ontbreken: een bioscoop, theater, kleine speciaalzaken (zoals een slager, visboer, bakker) en culturele faciliteiten. Opvallend is de vraag naar een 'sophisticated shopping experience' met internationale allure, passend bij het karakter van Zuidas. Tegelijk wordt benadrukt dat er ook ruimte moet zijn voor betaalbare opties. Specifieke suggesties omvatten een pakketpunt, openbare studieruimtes en plaatsen voor kleinere evenementen. Meerdere respondenten pleiten voor een gevarieerd horeca-aanbod dat zich onderscheidt van het Gelderlandplein.

4. Het is nu een gesloten gebied. We hebben een meer publiek gebied voor ogen dat meer in verbinding staat met de omgeving. Wat vindt u daarvan?

De overgrote meerderheid van respondenten reageert positief op het plan voor een meer open en publiek gebied. Uit de toelichtingen blijkt een sterke wens voor meer groen, betere oversteekplaatsen en verbindingen met de omgeving. Specifieke aandachtspunten zijn het

verminderen van valwinden, verbeteren van verlichting voor veiligheid, en het creëren van aantrekkelijke verblijfsplekken. Sommige respondenten waarschuwen wel voor het behoud van rust en het voorkomen van overlast. Ook wordt meermaals genoemd dat de Gustav Mahlerlaan veiliger en toegankelijker moet worden.

Verdeeld naar groep:

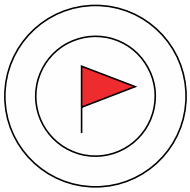
BEWONERS (55x):
- Zeer positief: 33x
- Positief: 13x
- Neutraal: 6x
- Negatief: 3x
- Zeer negatief: 0x

WERKNEMERS (32x):
- Zeer positief: 23x
- Positief: 7x
- Neutraal: 2x
- Negatief: 0x
- Zeer negatief: 0x

PASSANTEN (12x):
- Zeer positief: 8x
- Positief: 3x
- Neutraal: 1x
- Negatief: 0x
- Zeer negatief: 0x

STUDENTEN/OVERIG (35x):
- Zeer positief: 20x
- Positief: 10x
- Neutraal: 4x
- Negatief: 1x
- Zeer negatief: 0x

De open antwoorden geven een extra inzicht in de randvoorwaarden voor een succesvol open gebied. Een klimaatbestendige inrichting wordt vaak genoemd, met specifieke aandacht voor het tegengaan van hittestress en betere waterberging. Respondenten benadrukken dat nieuwe functies moeten passen bij het hoogwaardige karakter van Zuidas. Opvallend is de specifieke feedback over de huidige problematiek: valwinden tussen gebouwen worden als hinderlijk ervaren en de hittestraling van glazen gevels wordt genoemd als barrière voor prettig verblijf in de openbare ruimte. Deze technische aspecten verdienen volgens de respondenten aandacht bij de herontwikkeling om een werkelijk aangename verblijfsplek te creëren.



5. **Het is de bedoeling veel voorzieningen toe te voegen. Zoals een plek voor tentoonstellingen, studieplekken, ruimte voor evenementen, kleine winkels, ontmoetingsruimte, fysiotherapie of huisarts, laagdrempelige horeca. Wat vindt u daarvan?**

De toevoeging van diverse voorzieningen wordt overwegend positief ontvangen, met ongeveer 80% van de respondenten die 'positief' of 'zeer positief' reageert. Opvallend is dat vooral bewoners en passanten zeer enthousiast zijn over deze plannen. Een kleine groep (ongeveer 15%) staat neutraal tegenover de plannen, terwijl slechts een zeer klein percentage (rond 5%) negatief oordeelt. Het sterkste enthousiasme is er voor de toevoeging van dagelijkse voorzieningen zoals kleine winkels en medische faciliteiten. De kritische geluiden komen vooral van bewoners die bezorgd zijn over mogelijke overlast van evenementen en horeca, en enkele respondenten die vinden dat er al voldoende voorzieningen in de omgeving zijn.
Verdeeld naar groep:

BEWONERS (55)**:**
- Zeer positief: 35x
- Positief: 10x
- Neutraal: 6x
- Negatief: 3x
- Zeer negatief: 1x

WERKNEMERS (32)**:**
- Zeer positief: 24x
- Positief: 6x
- Neutraal: 1x
- Negatief: 1x
- Zeer negatief: 0x

PASSANTEN (12)**:**
- Zeer positief: 9x
- Positief: 2x
- Neutraal: 1x
- Negatief: 0x
- Zeer negatief: 0x

OVERIG (35)**:**
- Zeer positief: 21x
- Positief: 8x
- Neutraal: 4x
- Negatief: 2x
- Zeer negatief: 0x

In de toelichtingen komen duidelijke verschillen tussen doelgroepen naar voren. Bewoners benadrukken vooral de behoefte aan kleinschalige winkels voor dagelijkse boodschappen en zijn kritisch over grote fastfoodketens. Ze waarschuwen specifiek voor "TikTok-rijen" en pleiten voor

originaliteit in het winkel- en horeca-aanbod. Werknemers vragen vooral om betaalbare lunchgelegenheden en plekken voor after-work activiteiten.

Internationale respondenten verwijzen vaak naar succesvolle voorbeelden als Canary Wharf (Londen) en pleiten voor high-end internationale merken. Ook wordt regelmatig genoemd dat tentoonstellingen en evenementen vooral "residentieel vriendelijk" moeten zijn - dus geen grote zakelijke conferenties waarvoor de RAI al bestaat.

Een terugkerend thema is de wens voor differentiatie in huurprijzen om een gevarieerd aanbod mogelijk te maken. Meerdere respondenten wijzen op de dominante positie van het Gelderlandplein en pleiten voor complementair aanbod in plaats van concurrentie.

6. **We willen door toevoeging van groen en gevels waar bijvoorbeeld vogels kunnen nestelen een bijdrage leveren aan een stad waar planten en dieren kunnen floreren: biodiversiteit. Wat vindt u daarvan?**

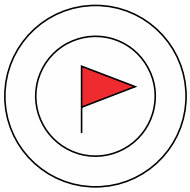
De plannen voor meer biodiversiteit worden zeer positief ontvangen, met ruim 85% van de respondenten die positief of zeer positief reageert. Vrijwel alle groepen gebruikers ondersteunen de ambitie voor meer groen en natuur inclusief bouwen. Het valt op dat vooral bewoners en passanten hier sterk voorstander van zijn. Een kleine groep (ongeveer 10%) staat neutraal tegenover de plannen. Negatieve reacties zijn zeldzaam en komen voornamelijk van respondenten die prioriteit willen geven aan andere aspecten van de ontwikkeling.

Verdeeld naar groep:

BEWONERS (55)**:**
- Zeer positief: 38x
- Positief: 12x
- Neutraal: 4x
- Negatief: 1x
- Zeer negatief: 0x

WERKNEMERS (32)**:**
- Zeer positief: 25x
- Positief: 16x
- Neutraal: 6x
- Negatief: 0x
- Zeer negatief: 0x

PASSANTEN (12)**:**
- Zeer positief: 10x
- Positief: 2x
- Neutraal: 0x
- Negatief: 0x
- Zeer negatief: 0x



OVERIG (35)**:**

- Zeer positief: 23x
- Positief: 9x
- Neutraal: 2x
- Negatief: 1x
- Zeer negatief: 0x

In de toelichtingen benadrukken respondenten vooral het belang van echte biodiversiteit en niet alleen 'kosmetisch groen'. Er worden specifieke suggesties gedaan zoals het plaatsen van bijenkasten, vleermuiskasten en het aanleggen van zones met wilde bloemen. Meerdere respondenten wijzen op het belang van verbinding met bestaande groenstructuren en pleiten voor een ecologische corridor.

Opvallend is de kennis die respondenten tonen over biodiversiteit - er worden concrete plantensoorten genoemd en verwezen naar succesvolle voorbeelden elders. Wel waarschuwen enkele bewoners voor het risico van te veel vogels in verband met uitwerpselen op auto's en terrassen. Ook wordt benadrukt dat het groen onderhoudsarm moet zijn om verloedering te voorkomen. Een aantal respondenten pleit specifiek voor eetbaar groen zoals fruitbomen en kruidentuinen die door bewoners onderhouden kunnen worden.

7. Zijn er andere zaken die u graag onder onze aandacht wilt brengen?

Er zijn 21 respondenten die gelegenheid maken van de laatste antwoordmogelijkheid om nog een aandachtspunt door te geven. De belangrijkste thema’s die uit de reacties naar voren komen zijn betaalbaarheid, de behoefte aan weekendvoorzieningen, aandacht voor onderhoud en schoonmaak, en zorgen over veiligheid en overlast.

Deze punten variëren per doelgroep:

- **Bewoners** uiten praktische zorgen over parkeerplekken voor bezoekers en klagen over gebrekkig onderhoud en slechte bestrating, wat vooral de toegankelijkheid belemmert. Daarnaast benadrukken zij de behoefte aan betaalbare (huur)woningen en wijzen zij op veiligheidskwesties, waaronder daklozenproblematiek. Ook is er vraag naar sportfaciliteiten en een bibliotheek.
- **Werknemers** zijn kritisch over de komst van nieuwe horeca en hotels en suggereren dat bestaande voorzieningen beter gepromoot kunnen worden. Zij geven de voorkeur aan hergebruik van bestaande gebouwen en benadrukken het belang van duurzaamheid.
- **Passanten** tonen interesse in het behoud van architectonische elementen en maken opmerkingen over graffiti en het belang van schoonmaak. Opvallend is dat bewoners concrete suggesties doen, terwijl werknemers zich richten op bredere ontwikkelingsrichtingen. Internationale respondenten, vermoedelijk expats, vragen specifiek om weekendvoorzieningen en sportfaciliteiten. Deze inzichten benadrukken de noodzaak om bij de gebiedsontwikkeling rekening te houden met de diverse behoeften van de doelgroepen.

Bijlage D. Feedback uit informatiemarkt Zuidas-Zuidasdok (8 oktober 2024)

Tijdens de workshop konden deelnemers verschillende begrippen en aandachtspunten opschrijven en plaatsen op een bord. De reacties laten zien dat er behoefte is aan een transformatie van Zuidas van een 'central business district' naar een levendige, gemengde stadswijk met voorzieningen en verblijfskwaliteit voor verschillende doelgroepen. De uitdaging ligt in het behouden van de hoogwaardige uitstraling terwijl het gebied toegankelijker en leefbaarder wordt gemaakt.

Gegroepeerd naar hoofdthema's werden de volgende reacties gegeven.

Openbare Ruimte & Verblijfskwaliteit

- Meer zitruimte en hoekjes om te zitten
- Open ruimtes
- Een plein
- Natuurlijke doorlooproutes
- Op ooghoogte ontwikkelen
- Meer licht en kleur
- Fiets-voetgangers voorop

Groen & Duurzaamheid

- Meer groen
- Groen voor huisdieren
- Kwaliteit water verbeteren (voor kikkers, padden)
- Hortus VU behouden
- Open + groen met zitplekken

Culturele & Sociale Voorzieningen

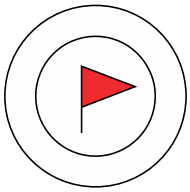
- Bibliotheek
- Theater
- Live muziek op het plein
- Muziektafel op Mahlerplein
- Publieksfuncties (zoals Pakhuis de Zwijger)
- Ontmoetingscentrum
- Meer bekendheid van kunst

Retail & Voorzieningen

- Meer mix in winkels
- Fietsenmaker
- (Vers)markt (op zondag)
- Plint meer open en toegankelijk maken

Leefbaarheid & Omgeving

- Minder lawaai (trein, snelweg)
- Mahlerplein mooier maken
- Gevarieerd bouwen met buitenruimte
- Betaalbare woningen



- Speeltuin/kinderactiviteiten

Participatierapport herontwikkeling ABN AMRO-complex

Deel 2: reflectie op de uitgangspunten van de ruimtelijke plannen

Inhoudsopgave

1. Inleiding 2

2. Participatiedoelen in deel 2 3

a. Doelstellingen 3

b. Doelgroepen 3

c. Mate van invloed 3

d. Kaders 4

e. Wijze van participatie en tijdvak 4

3. Aanpak en resultaten participatieproces 5

a. Afnemen van vragenlijst (enquête) 6

Enquêteren op locatie (maart 2025) 6

Enquêteren online via Instagram (28 maart – 8 april 2025) 8

b. Focusgroepen (14 april 2025) 8

4. Communicatie 10

a. Eigen middelen en kanalen 10

b. Middelen en kanalen derden 10

5. Samenvatting resultaten 11

a. Algemene uitstraling, 'social business district', wonen en openbare ruimte 11

c. Biodiversiteit, duurzaamheid en klimaat 12

d. Mobiliteit en bereikbaarheid 13

e. Overig 14

6. Hoe gaat Icon Real Estate om met de resultaten? 15

a. Verwerking resultaten in het Masterplan 15

b. Terugkoppeling aan omgeving 17

7. Conclusie en vooruitblik 18

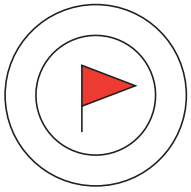
Bijlagen 19

1. Inleiding

Icon Real Estate gaat de komende jaren het ABN AMRO-complex in Zuidas herontwikkelen. De ambitie is om het gebied te transformeren van een *business district* naar een *levendige, toegankelijke stadswijk* met internationale allure. Een aantrekkelijk en toegankelijk gebied, met niet alleen werken, maar ook woningen en voorzieningen.

Dit rapport beschrijft de tweede fase van het participatieproces rondom de herontwikkeling. Deze fase vond plaats in de eerste helft van 2025 (van februari tot en met mei). Waar deel 1 (eind 2024) van het participatieproces gericht was op het ophalen van ervaringen en behoeften uit de omgeving en het toetsen van de ambities uit het Masterplan, richtte deel 2 zich op de ruimtelijke uitwerking van deze ambities. Het doel was om de conceptuele ruimtelijke invulling van het Masterplan aan de omgeving voor te leggen en daarop reacties en suggesties te verzamelen. In deze fase werden ook impressiebeelden gebruikt, omdat nu een toelichting op de uitgangspunten van het Masterplan mogelijk was.

Net als in deel 1 vond de participatie plaats voorafgaand aan de formele besluitvorming. Icon Real Estate stelt zich actief open voor de inbreng van belanghebbenden en wil hun (ervarings)kennis benutten bij de verdere uitwerking van het plan. Daarom worden betrokkenen al in een vroeg stadium geïnformeerd en uitgenodigd om deel te nemen aan het proces. Dit betreft zowel direct belanghebbenden als (potentiële) toekomstige gebruikers van het gebied: bewoners, bedrijven, organisaties en het bredere publiek.



2. Participatiedoelen in deel 2

a. Doelstellingen

Tijdens het herontwikkelingsproces van het ABN AMRO-complex stelt Icon Real Estate zich actief open voor reacties, ideeën en zorgen uit de omgeving. Omwonenden, zakelijke gebruikers van Zuidas, ondernemers en investeerders worden zorgvuldig geïnformeerd, weten waar zij terecht kunnen met vragen, en voelen zich serieus genomen. Door deze brede groep belanghebbenden te betrekken bij het planproces:

- Vergroot Icon Real Estate het inzicht in wat er leeft in de omgeving en ontstaat er verbinding met de buurt, werkenden in Zuidas en andere betrokken partijen.
- Kunnen de plannen inhoudelijk worden versterkt op basis van praktijkervaring en lokale kennis.
- Wordt een fundament gelegd voor een constructieve relatie met de omgeving gedurende de gehele looptijd van het project.

In deze tweede fase van het participatieproces ligt de nadruk op het verkennen van belangen, behoeften, ideeën en zorgen van betrokkenen, en op het presenteren van schetsmatige richtingen uit het Masterplan. Daarbij werd nadrukkelijk ingezet op luisteren, raadplegen en ruimte bieden voor reactie – met als doel het toetsen en verrijken van de ruimtelijke ambities vanuit de praktijk.

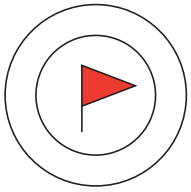
b. Doelgroepen

Ook in fase 2 richtte het participatieproces zich op een brede en diverse groep belanghebbenden: bewoners en omwonenden, werknemers in Zuidas, passanten, ondernemers, investeerders en (potentiële) toekomstige gebruikers van het gebied. In deze fase lag de nadruk echter, meer dan in fase 1, op bewoners. Omdat het ging om de ruimtelijke invulling van het Masterplan met impact op leefkwaliteit, openbare ruimte en voorzieningen.

Na bewoners vormden werknemers in het gebied de tweede belangrijke doelgroep, gevolgd door passanten en andere gebruikers die tijdelijk in Zuidas verblijven. Door in te zetten op verschillende participatievormen — op locatie, online, via focusgroepen en in een-op-een gesprekken — is bewust gestreefd naar een representatieve afspiegeling van deze doelgroepen.

c. Mate van invloed

In deze tweede fase van participatie waren de plannen concreter dan in fase 1: deelnemers kregen schetsen te zien en konden reageren op volumes, hoogtes en de ruimtelijke opzet. Tegelijkertijd betrof het nog steeds een Masterplan, en geen gedetailleerd ontwerp. De invloed lag dan ook bij het meegeven van wensen, aandachtspunten en reacties die kunnen bijdragen aan een betere uitwerking van de plannen en een goede aansluiting op de behoeften van de omgeving.

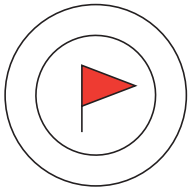


d. Kaders

Het Masterplan vormde ook in deze fase (net als bij fase 1) het kader voor de participatie. De gesprekken en enquêtes richtten zich op de ambities op hoofdlijnen en de ruimtelijke invulling daarvan. Het Masterplan is opgesteld op basis van een integrale afweging van gemeentelijk beleid (waaronder de Omgevingsvisie Amsterdam voor Zuidas), de visie en ambities van Icon Real Estate, en de financiële en ruimtelijke haalbaarheid van het project.

e. Wijze van participatie en tijdvak

De tweede deel van participatie vond plaats in de eerste helft van 2025, van februari tot en met mei. Dit was een vervolg op fase 1 die plaatsvond in het najaar van 2024. Deel 2 gebeurde aan de hand van straatenquêtes, online enquêtes en focusgroepen over de ruimtelijke invulling van het Masterplan. Naast de publieksparticipatie vinden in dezelfde periode gesprekken plaats met direct belanghebbende organisaties, inclusief stadsdeel Zuid en Zuidasdok.



3. Aanpak en resultaten participatieproces

In deze tweede fase van het participatieproces zijn verschillende activiteiten ingezet om input en reacties uit de omgeving op te halen. De volgende middelen zijn toegepast:

- **Afnemen van vragenlijst (enquête) op locatie (maart 2025)**
  In maart 2025 is de vragenlijst op verschillende plekken in het gebied afgenomen. Het participatieteam was zichtbaar aanwezig op diverse drukbezochte locaties in en rondom Zuidas, zoals het Mahlerplein, in het Beatrixpark en bij voorzieningen zoals een kinderdagverblijf en een sportvereniging. Met name de aanwezigheid tijdens de **Zuidas Markt** zorgde voor een hoge respons, dankzij de diverse online aankondigingen, de zichtbaarheid en actieve benadering van het team ter plaatse. In vergelijking met fase 1 bevatte de vragenlijst meer verdiepende vragen over het programma, de inrichting van de openbare ruimte en de functies van het Masterplan.
- **Online vragenlijst (28 maart – 8 april 2025)**
  Het was mogelijk dezelfde vragenlijst online in te vullen. De vragenlijst is onder de aandacht gebracht met een online betaalde Instagram campagne. De advertentie was specifiek getarget op gebruikers in en rond Zuidas en op de beoogde doelgroepen omwonenden en werknemers. Daarnaast werd tijdens de Zuidas Markt ook geflyerd met een aparte flyer voorzien van een QR-code naar de online enquête, bedoeld voor mensen die op dat moment geen tijd hadden om de vragenlijst ter plekke in te vullen met het participatieteam.
- Inloopbijeenkomst – einde ontmanteling Circl-paviljoen (1 april 2025)
  Tijdens de laatste inloopbijeenkomst van het Circl-paviljoen op 1 april jl op de bouwplaats van het ontmantelde paviljoen hebben we geïnteresseerden gevraagd de online enquête in te vullen, tevens hebben we een flyer uitgedeeld met QR-code naar de online enquête, bedoeld voor mensen die op dat moment geen tijd hadden om de vragenlijst ter plekke in te vullen. Als bedankje hadden we een koffiekar zodat mensen een gratis kopje koffie en wat lekkers konden meenemen.
- **Focusgroepen (14 april 2025)**
  Tijdens de focusgroepen gingen drie doelgroepen (expats, starters en gezinnen) in kleinere groepen in gesprek over de ruimtelijke invulling van het Masterplan. De sessie bood ruimte voor verdiepende gesprekken aan de hand van thema's en referentiebeelden.

Er werd een mix aan communicatiemiddelen- en kanalen ingezet vanuit Icon Real Estate (projectpagina, online nieuwsbrief, flyers, social media en kanalen van derden).

a. Afnemen van vragenlijst (enquête)

Enquêteren op locatie (maart 2025)

Overzicht	
Totaal aantal respondenten	60
Waar	Mahlerplein, busstation Amsterdam Zuid, Voetbalvereniging AFC, Kindergarden, Beatrixpark, Zuidas Markt
Wanneer	13, 19 en 27 maart 2025
Aantal dagdelen	4

In maart 2025 zijn op verschillende locaties in en rond Zuidas straatinterviews afgenomen. Passanten werd een vragenlijst van 14 vragen voorgelegd, ingedeeld in vier hoofdthema's:

1. Algemene uitstraling, 'social business district', wonen en openbare ruimte
2. Voorzieningen en sociaal
3. Biodiversiteit, duurzaamheid en klimaat
4. Mobiliteit en bereikbaarheid

Elke deelnemer kreeg per thema een korte toelichting op de ambities binnen het Masterplan. Ter ondersteuning werden referentiebeelden getoond die de ruimtelijke uitgangspunten visueel maakten.

De vragen die gesteld werden waren:

1. Wat brengt u naar Zuidas, bent u hier voor werk, reizen, wonen, studie of iets anders?
2. Wat vindt u van Zuidas als 'social business district', waar naast kantoren ook woningen, voorzieningen (zoals winkels, ontmoetingsplekken, cultuur en gezondheid) en meer groen komt?
3. Wat vindt u van het idee van deze mix en hogere en lagere gebouwen en het open karakter van de nieuwe mini-stadwijk?
4. Wat voor functies zou u graag zien op deze plek, in een groengebied (denk aan sport, moestuin, ontspannen, etc.)?
5. De ambitie van het plan is dat er meer ruimte komt voor een open, groengebied in het centrum van Zuidas. Waar mogelijkheid is voor wandelen (door wandelpaden in het gebied) en ontmoeten. Hoe belangrijk vindt u dit?
6. Wat vindt u ervan als het plan ook voorziet in groene daken en gevels naast alleen groen op straatniveau?
7. Wat zou de functie van dit groen op daken moeten zijn? (Denk aan publiek toegankelijke daktuinen, moestuinen, bijdrage aan biodiversiteit). Heb je daar ideeen over?

8. Biodiversiteit is ook een belangrijk onderdeel van het plan - zo wordt er een natuurlijke omgeving gecreëerd voor vogels om te kunnen nestelen en worden insectenkasten geïntegreerd in de gevel voor de balans van insecten. Wat vindt u van deze ambitie?
9. Hoe belangrijk vindt u deze mix aan buurtgerichte voorzieningen?
10. Hoe vindt u de plannen om de bereikbaarheid van Zuidas te verbeteren voor vooral fietsen, openbaar vervoer en deelmobiliteit toe te passen (zoals deelauto's en deelfietsen)?
11. Op Zuidas wordt veelal ingezet op ondergronds parkeren voor zowel auto als fiets. Maakt u veel gebruik van deze functie?
12. Zou u dit graag hetzelfde zien voor de ontwikkeling van het plan of wilt u hiervoor andere ideeën aandragen?
13. Wat vindt u van het idee voor een autoluw gebied?
14. Zijn er andere dingen die u graag onder onze aandacht wilt brengen met betrekking tot de toekomstige inrichting van Zuidas en de ambities van het plan?

De enquêteurs waren op 13 en 19 maart herkenbaar aanwezig op verschillende locaties. Zij spraken mensen actief aan, lichtten de verschillende thema's toe en lieten daarbij beelden zien op een iPad. De vragenlijst was beschikbaar in zowel het Nederlands als Engels om aan te sluiten bij de internationale samenstelling van het gebied. Respondenten ontvingen als dank een bon voor een gratis kop koffie bij een lokale horecazaak.

Op 27 maart stond het participatieteam op de Zuidas Markt met een opstelling in overleg met de marktmeester. Op het terrein konden bezoekers aan picknicktafels de vragenlijst invullen op iPads, zelfstandig of met hulp van enquêteurs. Rondom de opstelling stonden foamboards met beelden en impressies uit het Masterplan. Als dank ontvingen deelnemers een bosje tulpen. Er werd een flyers uitgedeeld met informatie over de focusgroepen en een aanmeldlink, en één met een QR-code naar de online enquête (voor mensen die op dat moment geen tijd hadden om de vragenlijst ter plekke in te vullen).

Ook bij de inloopbijeenkomst op 1 april t.b.v. einde ontmanteling Circl-paviljoen (1 april 2025) werden online enquêtes afgenomen of een flyer uitgedeeld met een QR code/link naar de online enquête.

Omdat de enquête in fase 2 uit meer verdiepende vragen bestond, nam het invullen ervan meer tijd in beslag dan in deel 1 — gemiddeld ongeveer 15 minuten.

Enquêteren online via Instagram (28 maart – 8 april 2025)

Overzicht	
Totaal aantal respondenten	198
Waar	Instagram Stories
Wanneer	28 maart t/m 8 april 2025

Naast de straatenquêtes werd de vragenlijst ook online beschikbaar gesteld. Om de zichtbaarheid en deelname onder bewoners van Zuidas te vergroten, zette Icon Real Estate een betaalde advertentiecampagne in via Instagram Stories. Media-budget werd tweetalig (Nederlands en Engels) ingezet om het specifiek en gericht onder de aandacht te brengen van bewoners in het gebied. De advertentie liep van 28 maart tot en met 8 april 2025. De vragenlijst bevatte dezelfde vragen als de straatenquête en toonde ook de referentiebeelden, waaronder impressies van volumes, openbare ruimte en functies.

b. Focusgroepen (14 april 2025)

Overzicht	
Totaal aantal deelnemers	14
Waar	Locatie nabij Mahlerplein (Hind Cooking)
Wanneer	14 april 2025

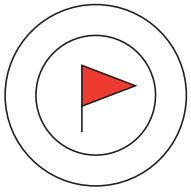
Op maandag 14 april 2025 organiseerde Icon Real Estate focusgroep-gesprekken om verdiepend in gesprek te gaan over de ruimtelijke invulling van het Masterplan. De bijeenkomst vond plaats op een centrale locatie in Zuidas (Hind Cooking, Claude Debussylaan) met 14 deelnemers in totaal, bestaand uit drie focusgroepen:

- Expats
- Starters/alleenstaanden
- Gezinnen met jonge kinderen.

De bijeenkomst begon met een centrale inleiding waarin de opzet en het doel van de focusgroep werden toegelicht. De gespreksleiding schetste de aanleiding van het participatieproces en legde uit wat er met de opgehaalde input gebeurt. Vervolgens werd in een centrale presentatie het Masterplan op hoofdlijnen gepresenteerd, waarbij onder meer de uitgangspunten en de ruimtelijke indeling werden toegelicht aan de hand van beelden en kaarten.

Na deze centrale start gingen de focusgroepen, onder begeleiding van neutrale gespreksleiders, gedurende 1,5 uur in gesprek over vier centrale thema's:

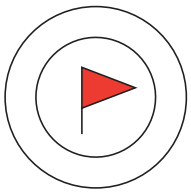
1. Algemene uitstraling, 'social business district', wonen en openbare ruimte



2. Voorzieningen en sociaal
3. Biodiversiteit, duurzaamheid en klimaat
4. Mobiliteit en bereikbaarheid

Per thema werden de ambities uit het Masterplan kort toegelicht en werden ondersteunende referentiebeelden gedeeld om het gesprek te stimuleren. De deelnemers werden uitgenodigd om hun ideeën, wensen, zorgen en suggesties te delen op basis van hun eigen perspectief als (toekomstige) bewoner en gebruiker van het gebied.

De deelnemers voor de focusgroepen zijn geworven via meerdere routes: contactpersonen van VvE's en huismeesters van woontorens, de omgevingsmanager van Zuidas, de marktmeester, en via de social mediakanalen van Gemeente Zuidas en Icon Real Estate. Daarnaast werd er geworven op straat tijdens participatiemomenten op 27 maart tijdens de Zuidas Markt, waar flyers werden uitgedeeld met de oproep om aan te melden voor de focusgroep via een link. Ook via Instagram Stories liep in dezelfde periode een betaalde tweetalige (Nederlands en Engels) advertentiecampagne om de focusgroep onder de aandacht te brengen onder bewoners.



4. Communicatie

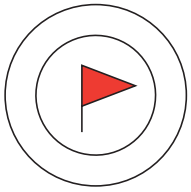
Voor de doeleinden van de omgevingscommunicatie zijn in fase 2 verschillende middelen en kanalen ingezet om bewoners, gebruikers en geïnteresseerden goed te informeren over het participatieproces en de mogelijkheid tot meedenken. De inzet richtte zich op zowel het aankondigen van activiteiten als het terugkoppelen van informatie.

a. Eigen middelen en kanalen

- Website Icon Real Estate – voorzien van actuele informatie over het Masterplan en de participatieactiviteiten
- Online nieuwsbrief Icon Real Estate – met aankondigingen van de enquête, focusgroepen en inloopbijeenkomst
- Social media-advertenties (Instagram Stories) – gericht op bewoners in en rond Zuidas om deelname aan de online enquête en focusgroepen te stimuleren
- Flyers – uitgedeeld tijdens de straatparticipatie op 27 maart tijdens de Zuidas Markt, met oproep om deel te nemen aan de focusgroep (in NL en EN)
- Video – gemaakt door Ruth Jansen ter promotie van de Zuidas Markt-deelname, gedeeld via social media om bezoekers te werven voor het participatiemoment op 27 maart
- Social media – de kanalen van de Mahler 1 en ontwikkelaar LMTD werden ook ingezet voor diverse aankondigingen.

b. Middelen en kanalen derden

- Gemeente Amsterdam-Zuidas – berichtgeving via de social media kanalen, website en nieuwsbrief van de Gemeente Amsterdam-Zuidas



5. Samenvatting resultaten

a. Algemene uitstraling, ‘social business district’, wonen en openbare ruimte

Enquête

- **Brede steun voor social business district** - Respondenten zijn enthousiast over de transformatie van een hoofdzakelijk zakelijk gebied naar een gemengde stadswijk met diverse functies. Ze waarderen de potentiële levendigheid buiten kantooruren en zien meerwaarde in de combinatie van wonen, werken, recreëren en voorzieningen.
- **Positief over de mix van hoge en lage gebouwen** - Het algemene sentiment is overwegend positief, met waardering voor diversiteit en openheid, maar met aandacht voor praktische aspecten zoals windcirculatie, licht en menselijke schaal.

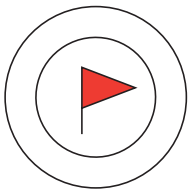
Focusgroep

- **Uitstraling** - Over de groepen heen wordt er positief gereageerd op de uitstraling van het toekomstige gebied. Het huidige gebied is onaantrekkelijk; het is nu nog een gesloten, afstandelijke plek zonder levendigheid. De plannen maken het gebied open, toegankelijk en aantrekkelijk. Het vraagt wel om een goede regie om de ambities waar te maken.
- **Typen woningen en doelgroepen** - Over de groepen heen is er een brede consensus over de behoefte aan diverse woningtypen. Meningen lopen wel uiteen als het gaat om de mate waarin verschillende inkomensgroepen in het gebied gemengd zouden moeten worden.
- **Hoogte van gebouwen** - Veel deelnemers zijn positief over het idee van hoogteverschillen in het gebied. Er waren ook duidelijke zorgen over de impact van de hoogste gebouwen op het uitzicht, het zonlicht en de windcirculatie. Het is belangrijk om de goede balans te vinden tussen bebouwing en openbare ruimte. Dat helpt de plannen slagen.
- **Openbare ruimte** - Veel deelnemers reageerden enthousiast op het idee van een open en toegankelijk gebied, met meer groen en mogelijkheden om door het gebied te lopen. Er was waardering voor het maken van een levendig openbaar hart, dat ruimte biedt voor ontmoeting en activiteit. Ook de betere verbinding met omliggende straten, zoals de Beethovenstraat, werd positief beoordeeld.

b. Voorzieningen en sociaal

Enquête

- **Ruimte voor ontmoeting, culturele functies en publieke voorzieningen** - Respondenten vinden ontspanning en recreatie belangrijk. En mogelijkheden om te sporten. Veel mensen geven aan dat ze een plek willen om te zitten, elkaar te ontmoeten en te lunchen in een groene omgeving. Ook culturele functies, horeca en publieke voorzieningen worden regelmatig genoemd. Het groen moet niet alleen decoratief zijn, maar ook functioneel en toegankelijk. Groen is er niet alleen om doorheen te lopen.



- **Leven brengen in een gebouwde omgeving -** Ruim 85% van de respondenten geeft aan dat open en groene gebieden belangrijk tot zeer belangrijk zijn voor de Zuidas. Ze zien dit als een belangrijke aanvulling op het huidige stedelijke karakter van de Zuidas. Het is goed wanneer er ruimte is om te wandelen en elkaar te ontmoeten in een groene omgeving. "Interaction causes relations causes a society" geeft een Engelstalige respondent mee die het sociale aspect benadrukt van open en groene plekken.
- **Bewoners zien graag een bakker, slager en groenteman -** Een ruime 87% vindt een mix aan buurtgerichte voorzieningen belangrijk tot zeer belangrijk, waarbij 59% zelfs aangeeft dat het 'zeer belangrijk' is. In de toelichtingen komt naar voren dat buurtgerichte voorzieningen essentieel zijn om de Zuidas te transformeren van een zakelijk district naar een levendig en compleet stadsdeel. Respondenten zien deze voorzieningen als voorwaarde voor een leefbaar gebied met sociale samenhang.

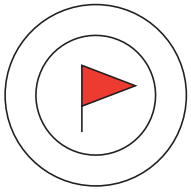
Focusgroep

- De focusgroepen zijn voor een **breder en meer divers aanbod aan voorzieningen.** De Zuidas is nu nog vaak problematisch leeg, vooral in het weekend. Er is behoefte aan betaalbare horeca die zeven dagen per week open is, lokale winkels (bakker, slager, supermarkt), culturele voorzieningen en ontmoetingsplekken. Het is belangrijk dat de vierkante meter prijs betaalbaar is zodat ondernemers langer kunnen blijven. Ook is er een sterke vraag naar community voorzieningen, zoals multifunctionele ruimtes, die de sociale cohesie kunnen versterken.

c. Biodiversiteit, duurzaamheid en klimaat

Enquête

- **Groene daken en gevels zijn mooi, maar let wel op de praktische uitvoerbaarheid -** Groene daken en gevels helpen mee aan de klimaatadaptatie. Respondenten noemen in de open antwoorden diverse voordelen zoals: “Ze dragen bij aan klimaatadaptatie (wateropvang, verkoeling), verbeteren de biodiversiteit, hebben een esthetische meerwaarde en maken efficiënt gebruik van beschikbare ruimte voor vergroening”. Er zijn ook kritische geluiden: “Laat die gevels maar zitten. Ik woon in zo'n gebouw. We hebben vanaf de oplevering alleen maar ellende. Rottend hout, lekkages en appartementen met paddenstoelen op de kozijnen."
- **Functioneel, recreatief en sociaal groen -** Deze open vraag levert verschillende ideeën op voor het dakgroen. De antwoorden vallen uiteen in thema’s als publieke toegankelijkheid, biodiversiteit en stadslandbouw. Veel respondenten pleiten voor een combinatie van functies waarbij dakgroen zowel ecologische als sociale doelen dient. Ze zien daktuinen als waardevolle aanvulling op het groen op straatniveau, die extra dimensie toevoegt aan de beleving van het gebied.



- **Biodiversiteit als logische tegenbeweging tegen stenigheid -** Verreweg de meeste respondenten zijn positief over het voorstel om biodiversiteit na te streven in het plan. In de open toelichten is veel waardering voor de aandacht voor vogels en insecten als onderdeel van een gezond stedelijk ecosysteem. Velen zien dit als een logische en noodzakelijke aanvulling op de vergroening van het gebied. Ze benadrukken het belang van biodiversiteit in een stedelijke omgeving die momenteel als 'stenig' wordt ervaren. Tegelijkertijd zijn er ook kritische geluiden over de praktische uitvoerbaarheid, het onderhoud op lange termijn en mogelijke overlast door insecten.

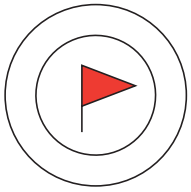
Focusgroepen

- **Deelnemers zijn positief én praktisch over vergroening.** Groen in een hoogstedelijk en drukbezocht gebied vraagt om specifiek ontwerp én onderhoud. Het is belangrijk dat onderhoud direct belegd wordt. Men twijfelt over daktuinen op grote hoogte. Lagere daktuinen lijken volgens de deelnemers kansrijker. Biodiversiteit is daarbij vooral ‘nice to have’ en zal meer een symbolische waarde hebben. Deelnemers stellen een groene 'ring' voor tussen gebouwen, met moestuinbakken en combinaties van horeca met groen op toegankelijke plekken.

d. Mobiliteit en bereikbaarheid

Enquête

- **Veel waardering voor alternatieven voor privéauto –** Een grote meerderheid is positief tot zeer positief over plannen voor duurzame bereikbaarheid (fietsen, openbaar vervoer en deelmobiliteit). Ruim 87% van de respondenten beoordeelt deze plannen als goed tot zeer goed. Dit duidt op breed draagvlak voor een duurzame mobiliteitsvisie op de Zuidas. In de toelichtingen geven respondenten aan dat alternatieven voor de privéauto een passende benadering bieden voor een modern stedelijk gebied. Tegelijkertijd benadrukken respondenten het belang van een evenwichtige aanpak. De Zuidas moet ook bereikbaar blijven voor privévervoer voor bezoekers van buiten de stad, mensen met mobiliteitsbeperkingen en bepaalde beroepsgroepen.
- **Behoefte aan gedifferentieerde parkeeraanpak -** Respondenten reageren verschillend op de huidige parkeersituatie. Betaalbaarheid is een terugkerend thema, met name voor bewoners: "Als bewoner kun je alleen gebruik maken van parkeervoorzieningen in de gebouwen. Deze zijn significant duurder dan vergunningen in de stad." Daarnaast speelt toegankelijkheid een belangrijke rol, waarbij sommige respondenten specifieke aandacht vragen voor bijzondere doelgroepen: "Graag wel invalideparkeerplekken." Ook internationale respondenten laten een eigen geluid horen: "When I order an Uber, the only pick up areas are above the WTC, or all the way on the other side. Finding another pick up spot somewhere in the middle would be convenient."



- **Autoluw maar ook bereikbaar voor minder validen, leveranciers en bezoekers van buiten -** Vergeleken met eerder besproken onderwerpen krijgt het autoluw maken van de nieuwe wijk een iets minder enthousiaste instemming van de respondenten. Ongeveer 66% staat er positief tegenover en 34% beoordeelt het initiatief neutraal of negatief. Voorstanders verwachten positieve effecten voor leefbaarheid, veiligheid en milieu. Critici en twijfelaars zijn bezorgd dat specifieke gebruikersgroepen zoals mensen met mobiliteitsbeperkingen, leveranciers, en bezoekers van buiten de stad minder goed het gebied in kunnen.

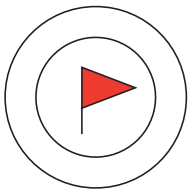
Focusgroepen

- **Mobiliteit en bereikbaarheid -** Hoewel veel deelnemers voorstander zijn van fietsen en OV, bestaan er reserves bij het volledig autoluw maken van het gebied. Deelvervoer stuit op scepsis; deelfietsen worden bekritiseerd ("dikke onzin") omdat veel mensen al eigen fietsen hebben. Deelauto's en deelbakfietsen worden positiever ontvangen, mits op handige plekken. De effectiviteit van autoluw beleid wordt betwijfeld, vooral vanuit het perspectief van bezoekers en winkeliers. Parkeren blijft een gevoelig punt, met praktische bezwaren tegen ondergrondse fietsenstallingen.
- **Parkeren -** Parkeren blijft een knelpunt ondanks goede OV-verbindingen. Het voorgestelde parkeer- en stallingsbeleid stuit echter op weerstand ("Het is drama met parkeren"). Men vreest dat beperkte parkeermogelijkheden bezoekers afschrikken. Ondergrondse fietsenstallingen zijn niet populair; mensen willen hun fiets "voor de deur" stallen. Concrete suggesties omvatten blauwe zones, gratis parkeren voor de eerste twee uur, en gelijkvloerse fietsenstallingen. De toegankelijkheid voor ouderen en mindervaliden verdient extra aandacht.

e. Overig

Enquête

De afsluitende vraag uit de enquête gaf respondenten de mogelijkheid om aanvullende suggesties te geven. Veel respondenten benadrukken het belang van een evenwichtige ontwikkeling die rekening houdt met verschillende gebruikersgroepen en behoeften. Ze pleiten voor een gebied dat niet alleen modern en zakelijk is, maar ook warm, toegankelijk en levendig. Een rode draad in veel antwoorden is de behoefte aan een levendiger gebied met meer diversiteit in functies, prijsniveaus en gebruiksmogelijkheden. Veel respondenten zien graag een transformatie van een voornamelijk zakelijk district naar een volwaardig stadsdeel met een eigen identiteit.



6. Hoe gaat Icon Real Estate om met de resultaten?

a. Verwerking resultaten in het Masterplan

Werken aan de randvoorwaarden - Bij het afronden van het participatieverslag valt op dat de reacties op de eerste concepten overwegend (zeer) positief zijn. Diverse groepen stakeholders hebben op verschillende manieren feedback gegeven op het programma voor de herontwikkeling van het ABN AMRO-complex. Icon Real Estate heeft een programma dat past bij de plek én de ambitie om een internationale standaard te zetten voor gemengd stedelijk leven.

Tegelijkertijd verdienen de opmerkingen die in de kantlijn van de gesprekken werden geplaatst aandacht. Het zijn signalen die niet tegen het concept ingaan, maar die wél aangeven waar spanning kan ontstaan tussen ambitie en realiteit. We benoemen hieronder accenten die in het vervolgtraject richting kunnen geven aan de verdere uitwerking.

De participatiegesprekken laten zien dat het concept breed wordt gedragen, maar ook dat het succes kan afhangen van keuzes in de uitvoering. De accenten die deelnemers meegeven zijn geen kritiek op de ambitie, maar een oproep tot realisme, nuance en geloofwaardigheid. Ze markeren het huiswerk dat nog gedaan moet worden om van een plan op papier een plek in de stad te maken. Een plek waar mensen niet alleen kunnen zijn – maar ook willen blijven.

1. Internationale allure met lokale verankering - Deelnemers steunen het idee van een open, gemengd stedelijk gebied met internationale uitstraling. Wat belangrijk is: geen eenvormige hoogbouw, onpersoonlijke sfeer of vage beloftes. De omgeving moet niet alleen representatief zijn, maar ook uitnodigend, veilig en herkenbaar. Overdag én na werktijd.

Icon Real Estate begrijpt deze aandachtspunten en heeft goed nagedacht over hoe zij ervoor kan zorgen dat de gebouwen en ruimtes uitnodigend en veilig zijn, de sfeer persoonlijk blijft (of wordt) en aansluit bij de 'menselijke maat'. Dit is terug te zien in bijvoorbeeld een open en transparante benedenverdieping, het vermijden van te reflecterende of dichte muren. En door in de benedenverdieping (de plint) ruimte te maken voor publieke functies in kleinere units en meer verschillende units. Zo ontstaat er een gevarieerd en lokaal aanbod van voorzieningen, overdag en in de avonden en na werktijd.

De menging van doelgroepen vraagt volgens een groep respondenten om sturing. Sommigen verwelkomen sociale diversiteit, anderen hechten aan rust en exclusiviteit. De vraag is niet óf, maar hóe verschillende bewoners zich straks tot elkaar én tot de plek verhouden.

Icon Real Estate begrijpt de behoefte aan sturing. In de basis gaat het om een plek waar iedereen zich welkom voelt, net zoals in een bestaande stadskern of wijk. Tegelijkertijd is het belangrijk dat mensen zich gemakkelijk tot elkaar kunnen verhouden, en daar sturen we op door het woningaanbod. We richten ons op mensen met (grosso modo) eenzelfde leefstijl. Werkende starters (alleenstaand of

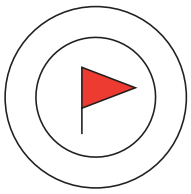
samenwonend) en empty nesters (mensen van wie de kinderen het huis uit zijn) en ouderen. Er wordt gestuurd op diversiteit en een dynamische buurt, met aantrekkelijke voorzieningen. We zorgen dat er ruimten zijn waar de buurt zelf gebruik van kan maken, ook voor ontmoeten.

2. Voorzieningen en sociaal gebruik: van wens naar werkelijkheid - Een levendige plint krijgt brede steun, maar roept ook twijfels op. Eerdere projecten lieten zien dat voorzieningen vaak verdwijnen of zich te eenzijdig richten op kantoorgebruik. Deelnemers verlangen naar plekken die blijven, waar ontmoeting vanzelfsprekend is – ook in het weekend. Hoe ziet dat er straks uit?
Het gesprek gaat niet alleen over het wát, maar vooral over het hóe: continuïteit/kunnen ondernemers hier overleven, zichtbaarheid, en functies die passen bij het dagelijks ritme van bewoners en gebruikers.

Icon Real Estate kent de historie van de plek en ziet ook dat de huidige invulling van de plinten vooral dienstbaar is aan de kantoormedewerkers. Er gaat echter wel echt iets veranderen door de toevoeging van woningen in het plangebied en daaromheen (bijvoorbeeld Ravel en Kenniskwartier) en andere aantrekkelijke (culturele) functies. De juiste plintprogrammering en het sturen op de juiste functies voor een divers programma gedurende elk dagdeel maar ook in het weekend is één van de hoofdambities van de plannen. Om dit te kunnen waarborgen wordt er gebruikt gemaakt van 3 instrumenten zoals omschreven bij de sociale ambities voor het plan; 1: het faciliteren van verschillende maten units voor winkels en andere voorzieningen waaronder kleinschalige betaalbare ruimten , 2: regels opstellen in het Omgevingsplan om actieve plinten te waarborgen en 3: actief sturen middels verhuurrichtlijnen de juiste functie op de juiste plek te krijgen. Daarnaast blijven we graag in gesprek met de omgeving om goed aan te sluiten op de behoeften die er zijn.

3. Groen en klimaat: geloofwaardigheid telt - Vergroening spreekt zeker tot de verbeelding, en roept enthousiasme op. Groen telt pas als het iets doet: verkoeling, beschutting, ecologische waarde – én als je er kunt verblijven. Deelnemers noemen eerdere beloftes die uitmondden in stroken schijngroen of onbruikbare daktuinen.
De vraag wie het onderhoud regelt klinkt vaker dan wie het ontwerpt. De zorg zit niet in de ambitie, maar in de praktische uitwerking op de lange termijn.

Duurzame vergroening is een belangrijk uitgangspunt. De ligging van het complex, in het hart van de Zuidas, is uitstekend om de biodiversiteit te versterken, als groene stepping stone voor de groenstructuren in de omgeving (Beatrixpark, Amsterdamse Bos). Groen in het hart van het plan is ook een belangrijke bijdrage aan de verblijfskwaliteit. Icon Real Estate begrijpt de zorgen die zijn geuit. Het groenontwerp is een belangrijk onderdeel van de plannen. Groen leeft en groeit, daarom is het onderhoud en de irrigatie minstens zo belangrijk als het ontwerp en de realisatie. De groene ambitie is daarom meer dan mooie plaatjes; we zetten bij het ontwerp in op haalbaar groen, inclusief de (natuurlijke) irrigatie. Voor het onderhoud van het publieke groen worden er afspraken gemaakt tussen de verschillende eigenaren over de gemeenschappelijke delen, en dus ook het gemeenschappelijke groen.



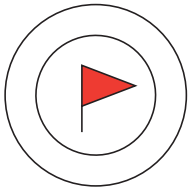
Het maaiveld is in de basis publiek toegankelijk en het groen wordt onderhouden en beheerd door alle gebouweigenaren. De private terrassen behorende bij de kantoren en de woningen worden onderhouden door de respectievelijke eigenaren en partijen die hier direct profijt van hebben. De semi-openbare dakterrassen zijn gekoppeld aan een functie en het beheer en onderhoud wordt eerlijk gedragen door de exploitant en de gebouweigenaar. Deze uitgangspunten zullen verder worden uitgewerkt in een beplantingsplan en beheerplan. Op deze manier wordt er goed gestuurd op het groen en is ook het beheer en onderhoud gewaarborgd.

4. Mobiliteit: comfort en keuzevrijheid - De bereikbaarheid met openbaar vervoer krijgt veel lof. Deelmobiliteit en autoluwheid worden gemengder ontvangen. Niet iedereen ziet voordeel in deelvoertuigen, en parkeren – voor fiets en auto – blijft gevoelig. Vooral bezoekers, ouderen en mensen met een beperking willen goed bereikbare voorzieningen. De vraag is hoe mobiliteit straks écht werkt. Niet als ideaal, maar als dagelijks comfort, afgestemd op gedrag en gebruik.

In de basis biedt het Masterplan ruimte voor alle vormen van mobiliteit. Hoewel de focus ligt op langzaam verkeer, openbaar vervoer en deelgebruik, is er ook voorzien in ruimte voor de eigen auto. De parkeergarage biedt naast veel fietsparkeerplaatsen en deelmobiliteit ook parkeerplaatsen voor eigen auto's. Verwacht wordt dat de vraag naar deelmobiliteit in de toekomst zal toenemen. Het uiteindelijke mobiliteitsconcept zal in een later stadium meer vorm krijgen. Het mobiliteitsplan zal daarom in de toekomst aanpasbaar zijn aan de wensen van de gebruikers. Daarbij geldt dat het mobiliteitsconcept in eerste instantie is ontworpen om te voldoen aan de wensen van de gebruikers en bewoners van het nieuwe gebied, ook rekening houdend met mensen die afhankelijk zijn van de auto vanwege hun gezondheid of gezinssamenstelling. In overleg met de gemeente zullen opstelplekken voor K+R, bezorg- en verhuisdiensten en taxistandplaatsen gerealiseerd dienen te worden.

b. Terugkoppeling aan omgeving

De terugkoppeling richting de omgeving vindt plaats via een samenvatting op de projectwebsite, de nieuwsbrief en een bericht aan de deelnemers aan de focusgroepen. Dit uitgebreide participatierapport is bijlage bij het Masterplan, waarin wordt toegelicht welke participatiemethoden zijn ingezet, welke input dat heeft opgeleverd, en op welke wijze deze inbreng is meegewogen in de uitwerking van het Masterplan. Deze rapportage wordt gedeeld met de gemeente Amsterdam en is onderdeel van de verantwoording voorafgaand aan het formele besluitvormingstraject.



7. Conclusie en vooruitblik

Door de omgeving te betrekken bij het Masterplan voor het nieuwe gebied, heeft Icon Real Estate meer begrip gekregen van wat er leeft bij bewoners van Zuidas, mensen die er werken en stakeholders. In deze fase is informatie gedeeld over de herontwikkeling van het ABN AMRO-complexen en zijn ideeën opgehaald vanuit de omgeving over ervaringen en behoeften van Zuidas. Op hoofdlijnen is getoetst hoe de verschillende doelgroepen aankijken tegen de herontwikkeling.

Tijdens het gehele herontwikkelingsproces van het ABN AMRO-complex staat Icon Real Estate open voor reacties en ideeën uit de omgeving en worden bewoners, zakelijk gebruikers van Zuidas, ondernemers en investeerders goed geïnformeerd.

Gedurende het hele proces investeert Icon Real Estate in het opbouwen van langdurige relaties en het genereren van vertrouwen. Met als uiteindelijk doel een toonaangevend, excellent gebied te maken. Duurzaam, levendig, bruisend en met een veelkleurig ecosysteem waar huurders, bewoners en alle andere stakeholders trots op kunnen zijn.

Bijlagen

Bijlage 1. Deel 2: resultaten enquête

Bijlage 2. Deel 2: resultaten focusgroepen

Bijlage 1

Participatie herontwikkeling
ABN AMRO-complex
*Deel 2: resultaten **enquête***

Inhoudsopgave

1. Enquêtes *3*

2. Samenvatting resultaten *3*

3. Algemene uitstraling/social business district, wonen en openbare ruimte *5*
Een internationaal woon- en werkgebied 5
Positief over de mix van hoge en lage gebouwen 6
Brede steun voor social business district 6

4. Voorzieningen en sociaal *7*
Ruimte voor ontmoeting, culturele functies en publieke voorzieningen 7
Leven brengen in een gebouwde omgeving 8
Bewoners zien graag een bakker, slager en groenteman 8

3. Biodiversiteit, duurzaamheid en klimaat *9*
Groene daken en gevels zijn mooi, maar let wel op de praktische uitvoerbaarheid 9
Functioneel, recreatief en sociaal groen 9
Biodiversiteit als logische tegenbeweging tegen stenigheid 10

4. Mobiliteit en bereikbaarheid *10*
Veel waardering voor alternatieven voor privéauto 10
Behoefte aan gedifferentieerde parkeeraanpak 11
Autoluw maar ook bereikbaar voor minder validen, leveranciers en bezoekers van buiten 11

5. Opmerkingen: op zoek naar een evenwichtige ontwikkeling *12*

1. Enquêtes

In maart 2025 zijn op verschillende locaties in en rond Zuidas straatinterviews afgenomen. Passanten werd een vragenlijst van 14 vragen voorgelegd, ingedeeld in vier hoofdthema's:

1. Algemene uitstraling, 'social business district', wonen en openbare ruimte
2. Voorzieningen en sociaal
3. Biodiversiteit, duurzaamheid en klimaat
4. Mobiliteit en bereikbaarheid

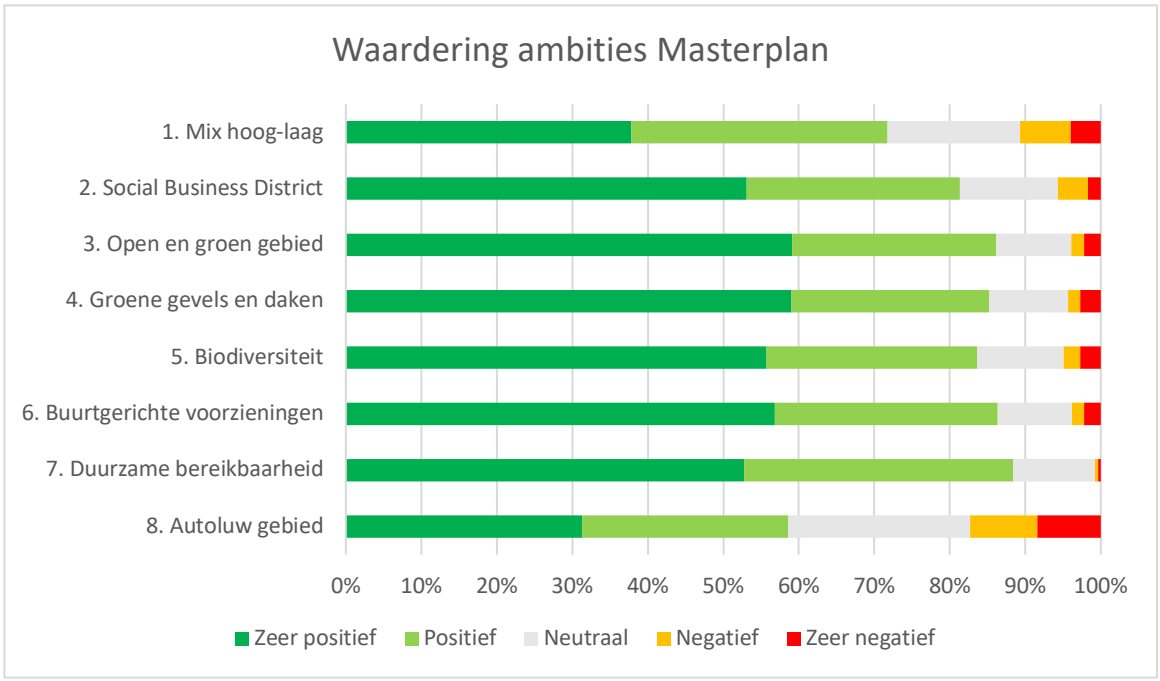
Naast de straatenquêtes werd de vragenlijst ook online beschikbaar gesteld. Om de zichtbaarheid en deelname onder bewoners van Zuidas te vergroten, zette Icon Real Estate een betaalde advertentiecampagne in via Instagram Stories.

De straat enquêtes leverden 60 respondenten (Engels – en Nederlandstalig). De online enquête leverde 198 respondenten op. In totaal waren er 258 respondenten.

2. Samenvatting resultaten

Enquête: breed draagvlak voor gemengd stadsdeel

Uit de enquête blijkt breed draagvlak voor een gemengd stadsdeel op de Zuidas. De 258 respondenten waarderen vrijwel unaniem de voorgestelde mix van hoge en lage gebouwen en het concept van een 'social business district'. Bewoners, werkenden en passanten vinden winkels, horeca en culturele functies belangrijk voor een levendige wijk, ook buiten kantoortijden. Ze benadrukken de behoefte aan groene, open ruimtes voor ontmoeting en ontspanning met aandacht voor biodiversiteit. Een meerderheid steunt duurzame mobiliteit, mits het gebied bereikbaar blijft voor alle gebruikersgroepen. De ontwikkeling vraagt om een evenwichtige aanpak met oog voor betaalbaarheid en inclusiviteit.

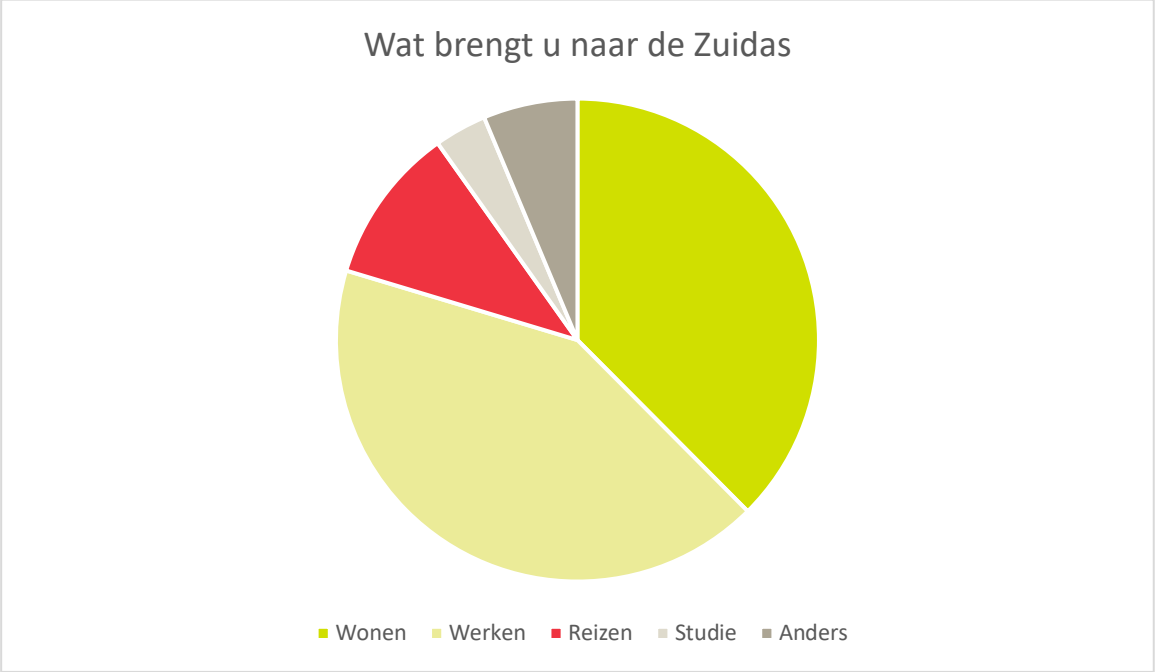

Waardering ambities Masterplan
1. Mix hoog-laag
2. Social Business District
3. Open en groen gebied
4. Groene gevels en daken
5. Biodiversiteit
6. Buurtgerichte voorzieningen
7. Duurzame bereikbaarheid
8. Autoluw gebied
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
Zeer positief
Positief
Neutraal
Negatief
Zeer negatief

3. Algemene uitstraling/social business district, wonen en openbare ruimte

Een internationaal woon- en werkgebied

De reacties op de enquête geven een beeld van de Zuidas als een internationaal woon- en werkgebied. Van de 258 respondenten geven 121 respondenten aan dat ze er wonen en 129 respondenten geven aan dat ze er werken. 19% van de respondenten geeft aan dat ze zowel wonen als werken in het gebied. Internationale kenniswerkers maken met 30% een aanzienlijk deel uit van de respondenten en zijn vaker vanuit hun werk betrokken bij de Zuidas en woont én werkt relatief vaak in het gebied. Dit onderstreept de potentie van de Zuidas als een gemengd stadsdeel.

In de uitwerking hieronder gaan we uit van de antwoorden die door alle groepen gegeven zijn. Daarbij vergelijken we vooral de uitspraken van menen die in het gebied wonen (en werken) en mensen die het gebied alleen bezoeken als werknemer of ondernemer. De groepen die voor reizen, studie of andere redenen in het gebied komen zijn hier relatief te klein voor.



Positief over de mix van hoge en lage gebouwen

Het algemene sentiment is overwegend positief, met waardering voor diversiteit en openheid, maar met aandacht voor praktische aspecten zoals windcirculatie, licht en menselijke schaal.

Verreweg de meeste respondenten staan positief tegenover het idee van een mix van hogere en lagere gebouwen en het open karakter van de nieuwe stadswijk op de Zuidas. Ongeveer 73% beoordeelt het als goed tot zeer goed. Slechts een klein deel staat negatief tegenover dit idee. Respondenten noemen vaak aspecten als variatie in het straatbeeld, het belang van menselijke schaal, en praktische zaken zoals voldoende lichtinval en het voorkomen van windhinder. Veel respondenten benadrukken ook het belang van groen tussen de gebouwen en een levendig straatbeeld.

Bewoners, die vaak 24 uur aanwezig zijn in het gebied, vinden leefbaarheid belangrijker, terwijl werkenden vooral tijdens kantooruren in het gebied zijn en meer letten op praktische en visuele aspecten. Bewoners zijn het vaakst zeer positief over het plan. Ze noemen daarbij de balans tussen hoge en lage gebouwen en open ruimtes als belangrijk voor de leefbaarheid en het woonklimaat. Werkenden zijn meer geïnteresseerd in de functies in het gebied.

De open antwoorden geven een goed inzicht in de overwegingen en wensen. Veel respondenten benadrukken bijvoorbeeld het belang van een goede mix van hoog en laag om windhinder te voorkomen met opmerkingen als "Dat het qua stijl past tov de bestaande bouw" en "Hoe meer open hoe beter om van de wind af te zijn".

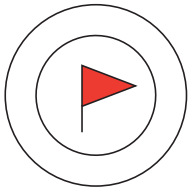
Er is wel zorg over de verhouding tussen bebouwing en open ruimte: "Het kan er snel gaan uitzien als Canary Wharf in Londen. Plukjes (nep)groen die eigenlijk helemaal niet aantrekkelijk zijn om echt te gebruiken." Sommige respondenten pleiten voor meer laagbouw: "Niet nog meer hoogbouw, alleen laag houden" Andere respondenten juist voor hoogbouw: "Build higher, faster, and with more density"

Brede steun voor social business district

Respondenten zijn enthousiast over de transformatie van een hoofdzakelijk zakelijk gebied naar een gemengde stadswijk met diverse functies. Ze waarderen de potentiële levendigheid buiten kantooruren en zien meerwaarde in de combinatie van wonen, werken, recreëren en voorzieningen.

Ongeveer 87% van de respondenten is positief tot zeer positief over het idee van een social business district. Minder dan 4% staat er negatief tegenover. Het laat zien dat het gebied niet alleen tijdens kantooruren levendig moet zijn maar uit moet groeien tot een volwaardige stadswijk die ook 's avonds en in weekenden aantrekkelijk is. Het is daarbij wel belangrijk dat er betaalbare voorzieningen zijn. Veel respondenten geven aan dat de Zuidas nu nog in het weekend uitgestorven aanvoelt en behoefte heeft aan een gevarieerder aanbod aan winkels, horeca, cultuur en groen.

Bewoners zijn nog meer uitgesproken positief over het "social business district"-concept dan werkenden. Ze noemen vaker specifieke voorzieningen die ze in het weekend missen en benadrukken het belang van betaalbaarheid en diversiteit. Een bewoner merkt op: "Ik zou meer denken aan ontspanning, koffie zaakjes, delicatessen winkeltjes enzovoort," terwijl een ander benadrukt: "het mag ook wel levendig, een club, een museum of een leuke bierbrouwerij."



Werkenden zijn ook positief, maar leggen meer nadruk op praktische aspecten zoals lunchgelegenheden en ontmoetingsplekken voor tijdens werktijd. "Fountains, benches, tables to have lunch with colleagues."

Een opvallend terugkerend thema is de behoefte aan verbinding; respondenten willen dat de Zuidas meer geïntegreerd raakt met de rest van Amsterdam en een eigen identiteit ontwikkelt buiten het zakelijke karakter. "De Zuidas is nu nog erg anoniem en heeft de sfeer van een 'concrete jungle'". Ook is er behoefte aan meer sociale cohesie. "Het zou meer moeten hebben van het centrum van een klein dorp, inclusief een soort van centraal dorpspleintje.". Het is wel belangrijk dat de wijk ook weer niet te druk wordt. “The neighborhood must be accessible but not overcrowded and doesn't need to become more transition zone than it already is.".

Terugkerend thema is het verlangen naar meer levendigheid in het weekend. "Meer water. Meer eetplekjes die niet op zuidas types gericht zijn. Meer activiteiten voor uitjes, want momenteel is dat alleen de skybar terwijl dingen als moco/waterkant/upside down/adam toren juist het soort mensen aantrekt dat een stadsdeel meer levendig maakt."

4. Voorzieningen en sociaal

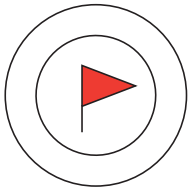
Ruimte voor ontmoeting, culturele functies en publieke voorzieningen

Respondenten vinden ontspanning en recreatie belangrijk. En mogelijkheden om te sporten. Veel mensen geven aan dat ze een plek willen om te zitten, elkaar te ontmoeten en te lunchen in een groene omgeving. Ook culturele functies, horeca en publieke voorzieningen worden regelmatig genoemd. Het groen moet niet alleen decoratief zijn, maar ook functioneel en toegankelijk. Groen is er niet alleen om doorheen te lopen.

Meest genoemde functies
In volgorde van frequentie volgens de analyse van de open antwoorden:

1. Ontspanningsplekken (bankjes, zitgelegenheden, picknickplekken)
2. Horeca (terrassen, koffietentjes, cafés)
3. Sportfaciliteiten (buitenfitness, padelbanen, hardlooproutes)
4. Moestuinen en stadslandbouw
5. Wandelpaden en groenvoorzieningen
6. Culturele voorzieningen (podium, openluchttheater)
7. Speelplaatsen voor kinderen

Permanente voorzieningen voor bewoners
Bewoners geven aan dat ze behoefte hebben aan permanente voorzieningen die hun leefomgeving verrijken, zoals speeltuinen en sportfaciliteiten. Ze benadrukken dat voorzieningen ook in het weekend beschikbaar moeten zijn en noemen ook culturele en uitgaansgelegenheden. Werkenden zijn vooral op zoek naar plekken die hun werkdag aangenamer maken, zoals open en toegankelijke lunchplekken, plekken om te zitten of elkaar te ontmoeten. Schaduw en beschutting zijn daarbij belangrijk.



Actief meedenken aan oplossingen
Respondenten denken actief mee over de invulling van het gebied en zien veel potentie in een groene, multifunctionele ruimte. Er wordt wel aangegeven dat de Zuidas "uitgestorven in het weekend" is. "Een nachtclub zou prachtig zijn" geeft een Nederlandse respondent aan, terwijl een ander het heeft over "een goede bakker à la Fournil de Sébastien, buitensport mogelijkheden, voorzieningen die gratis/betaalbaar zijn dus niet al dat luxe gedoe à la Renessence". "A relaxing area as well as a spot for residents to grow some veggies" zegt een Engelstalige respondent.

Leven brengen in een gebouwde omgeving

Ruim 85% van de respondenten geeft aan dat open en groene gebieden belangrijk tot zeer belangrijk zijn voor de Zuidas. Ze zien dit als een belangrijke aanvulling op het huidige stedelijke karakter van de Zuidas. Het is goed wanneer er ruimte is om te wandelen en elkaar te ontmoeten in een groene omgeving. "Interaction causes relations causes a society" geeft een Engelstalige respondent mee die het sociale aspect benadrukt van open en groene plekken.

Veel respondenten geven aan dat de Zuidas nu nog erg stenig en zakelijk is. Meer mogelijkheid om te wandelen en elkaar te ontmoeten in een groene omgeving is een belangrijke aanvulling op het stedelijk karakter van het gebied. Voor bewoners helpen open en groene gebieden om de woonomgeving te verbeteren. Werkenden zien het vooral als manier om een goede ontspanningsruimte te hebben tijdens lunchtijd.

Uit de open antwoorden blijkt dat respondenten verschillende verwachtingen hebben van de groene gebieden. Sommigen zoeken rust en ontspanning: "een stukje voor ontspanning", terwijl anderen het belang van sociale interactie benadrukken: "Praatje kunnen maken en ontmoeten" Groen heeft ook een praktisch belang: "Beter voor water retentie en mooie groene uitstraling" en "Minder wateroverlast, biodiversiteit". Er is ook kritiek op de ambitie. Zo merkt een respondent op: "Blijft een kantoorgebied" terwijl een ander stelt: "Think holistically. Beatrix park is close by, Amsterdamse bos too. Can you find a way to link/connect them?"

Bewoners zien graag een bakker, slager en groenteman

Een ruime 87% vindt een mix aan buurtgerichte voorzieningen belangrijk tot zeer belangrijk, waarbij 59% zelfs aangeeft dat het 'zeer belangrijk' is. In de toelichtingen komt naar voren dat buurtgerichte voorzieningen essentieel zijn om de Zuidas te transformeren van een zakelijk district naar een levendig en compleet stadsdeel. Respondenten zien deze voorzieningen als voorwaarde voor een leefbaar gebied met sociale samenhang.

Verschillende respondenten geven aan dat het huidige aanbod te eenzijdig en te duur is. Ze pleiten voor een bredere mix van dagelijkse voorzieningen zoals winkels, maar ook culturele, recreatieve en maatschappelijke voorzieningen. "Right now zuid is dull and lacks vibrancy. Things like Tom Ensink and Slagerij Serge are ideal. Not just coffee places and posh cafes. Real shops for cooking at home. At the moment the Zuidas feels like it's for single men, not families."

Er zijn duidelijke verschillen in de waardering voor buurtgerichte voorzieningen tussen bewoners en werkenden. Bewoners noemen specifiek voorzieningen die ze missen, zoals "bakker, slager, groenteman" en willen ook voorzieningen die buiten kantoortijden open zijn. Er is ook behoefte aan

betaalbare opties naast high-end aanbod. "Het moet niet al te duur zijn, toegankelijk voor de normale mens" is een meer gehoord commentaar, net als “Het moet niet te duur zijn.”.
Voor werkenden zijn voorzieningen vooral praktisch van belang tijdens de werkdag. Ze zoeken vooral horeca, plekken om te lunchen of een Albert Heijn 2 Go.

5. Biodiversiteit, duurzaamheid en klimaat

Groene daken en gevels zijn mooi, maar let wel op de praktische uitvoerbaarheid

Groene daken en gevels helpen mee aan de klimaatadaptatie. Respondenten noemen in de open antwoorden diverse voordelen zoals: “Ze dragen bij aan klimaatadaptatie (wateropvang, verkoeling), verbeteren de biodiversiteit, hebben een esthetische meerwaarde en maken efficiënt gebruik van beschikbare ruimte voor vergroening”. Er zijn ook kritische geluiden: “Laat die gevels maar zitten. Ik woon in zo'n gebouw. We hebben vanaf de oplevering alleen maar ellende. Rottend hout, lekkages en appartementen met paddenstoelen op de kozijnen."

Bewoners zijn over het algemeen iets positiever over groene daken en gevels dan werkenden. Ze hebben het in de toelichtingen vaker over verkoeling en leefbaarheid en zijn ook geïnteresseerd in de mogelijkheid van toegankelijke daktuinen. Mensen die vooral voor hun werk in het gebied zijn leggen meer nadruk op de uitstraling van het gebied en zijn pragmatischer over de balans tussen kosten en baten. Beide groepen staan overwegend positief tegenover vergroening die verder gaat dan straatniveau, wat wijst op breed draagvlak voor een integrale benadering van vergroening.

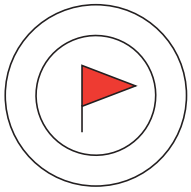
Met ruim 86% zijn verreweg de meeste respondenten positief over groene daken en gevels. De Engelstalige respondenten blijken nog iets enthousiaster dan de Nederlandstalige respondenten en noemen succesvolle internationale voorbeelden. De functionele voordelen worden het meest genoemd in de open antwoorden: "Opvangen van regenwater" en "Minder wateroverlast, biodiversiteit". Daarnaast wordt ook de esthetische waarde gewaardeerd: "Het geeft een goed uiterlijk aan de gebouwen". Ondanks de brede steun voor het concept, waarschuwen sommige respondenten voor praktische uitdagingen bij de implementatie en het onderhoud op lange termijn. "Uit ervaring weer ik dat het er mooi uitziet maar ook lekkages kan veroorzaken"

Functioneel, recreatief en sociaal groen

Deze open vraag levert verschillende ideeën op voor het dakgroen. De antwoorden vallen uiteen in thema’s als publieke toegankelijkheid, biodiversiteit en stadslandbouw. Veel respondenten pleiten voor een combinatie van functies waarbij dakgroen zowel ecologische als sociale doelen dient. Ze zien daktuinen als waardevolle aanvulling op het groen op straatniveau, die extra dimensie toevoegt aan de beleving van het gebied.

Uit de enquête komen de volgende functies het vaakst naar voren:

- Publiek toegankelijke daktuinen en -terrassen
- Bijdrage aan biodiversiteit (insecten- en vogelhabitat)
- Moestuinen en urban farming
- Horeca en ontmoetingsplekken op daktuinen
- Waterretentie en klimaatadaptatie
- Recreatie en ontspanning



- Combinatie van meerdere functies

Er zijn enthousiaste reacties met creatieve voorstellen. "Urban farming and bee keeping". Ook zijn er voorstellen om het dakgroen in te zetten voor een wijk met meer sociale cohesie "Publiek toegankelijk, dat je er even kunt zitten", of "Daktuinen/parken in combinatie met horeca". Een ander zoekt juist een plek om rust te vinden. "Een daktuin zou fantastisch zijn - een plek waar je ongestoord van het zonnetje kunt genieten". Er zijn ook pragmatische reacties. Verschillende respondenten wijzen op het belang van goed onderhoud en beheer voor het slagen van groene daken op lange termijn. Overigens zijn niet alle respondenten even enthousiast over dakgroen. "Niet echt interesse in eerlijk gezegd."

Biodiversiteit als logische tegenbeweging tegen stenigheid

Verreweg de meeste respondenten zijn positief over het voorstel om biodiversiteit na te streven in het plan. In de open toelichten is veel waardering voor de aandacht voor vogels en insecten als onderdeel van een gezond stedelijk ecosysteem. Velen zien dit als een logische en noodzakelijke aanvulling op de vergroening van het gebied. Ze benadrukken het belang van biodiversiteit in een stedelijke omgeving die momenteel als 'stenig' wordt ervaren. Tegelijkertijd zijn er ook kritische geluiden over de praktische uitvoerbaarheid, het onderhoud op lange termijn en mogelijke overlast door insecten.

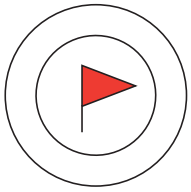
Onder de respondenten is een brede steun voor het bevorderen van biodiversiteit in het plan op de Zuidas. “Goed voor de omgeving!” Ruim 80% van de respondenten beoordeelt deze ambitie als goed tot zeer goed, waarbij meer dan de helft het zelfs als 'zeer goed' bestempelt. Dit weerspiegelt een sterk positieve houding tegenover natuur inclusieve stedelijke ontwikkeling. "Heel belangrijk voor de biodiversiteit, zorgt voor extra verkoeling en ziet er mooi uit." Er zijn ook respondenten die biodiversiteit als basisvereiste zien. “It is a minimum demand for developing a building.”. Een enkeling heeft bedenkingen over het soort insecten. “Liever geen wespen.”

Er zijn geen opvallende verschillen in antwoorden van bewoners of werkenden of respondenten uit binnen- of buitenland. Een relatief kleine groep is wel zeer expliciet over de te verwachten uitdagingen van het implementeren en onderhouden van biodiversiteit. Er zijn twijfels over effectiviteit "Mussen houden niet van nieuwe bakstenen en cement". Praktische bezwaren "Bijen zijn niet gewend aan 50 meter hoogte". En zorgen over onderhoud "Dit moet wel goed onderhouden worden". En er zijn ook mensen die gewoon minder enthousiast zijn. "Merk je weinig van, maar een leuk verhaal."

6. Mobiliteit en bereikbaarheid

Veel waardering voor alternatieven voor privéauto

Een grote meerderheid is positief tot zeer positief over plannen voor duurzame bereikbaarheid (fietsen, openbaar vervoer en deelmobiliteit). Ongeveer 88% van de respondenten beoordeelt deze plannen als goed tot zeer goed. Dit duidt op breed draagvlak voor een duurzame mobiliteitsvisie op de Zuidas. In de toelichtingen geven respondenten aan dat alternatieven voor de privéauto een passende benadering bieden voor een modern stedelijk gebied. Tegelijkertijd benadrukken respondenten het belang van een evenwichtige aanpak. De Zuidas moet ook bereikbaar blijven voor privévervoer voor bezoekers van buiten de stad, mensen met mobiliteitsbeperkingen en bepaalde beroepsgroepen.



Bewoners zijn positief over de focus op duurzame mobiliteit en leggen de nadruk op leefbaarheid: "Het is beter voor het milieu en meer toegankelijk en doorgankelijk". Ze zijn wel bezorgd over parkeeroverlast in woonstraten. Werkenden zijn vóór bereikbaarheid met OV en fiets, maar wijzen ook op het belang van autobereikbaarheid. "Parking is important for retail. Retail is important for having a nicer area for living." Er worden ook praktische voorbeelden gegeven. "I would take Canary Wharf in London as an example, where shopping is made easy and accessible not only to inhabitants but also to workers in the area". Een andere respondent geeft aan "Zuidas is very long. It would be cool to have a monorail to take it end to end."

Behoefte aan gedifferentieerde parkeeraanpak

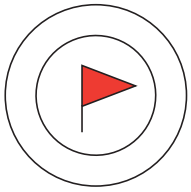
Respondenten reageren verschillend op de huidige parkeersituatie. Betaalbaarheid is een terugkerend thema, met name voor bewoners: "Als bewoner kun je alleen gebruik maken van parkeervoorzieningen in de gebouwen. Deze zijn significant duurder dan vergunningen in de stad." Daarnaast speelt toegankelijkheid een belangrijke rol, waarbij sommige respondenten specifieke aandacht vragen voor bijzondere doelgroepen: "Graag wel invalideparkeerplekken." Ook internationale respondenten laten een eigen geluid horen: "When I order an Uber, the only pick up areas are above the WTC, or all the way on the other side. Finding another pick up spot somewhere in the middle would be convenient."

Ongeveer 75% geeft de voorkeur aan meer ondergronds parkeren in de toekomst. Bewoners zijn bezorgd over parkeerdruk in woonstraten, terwijl werkenden meer praktische aspecten naar voren brengen zoals toegankelijkheid en flexibiliteit. Uit de reacties blijkt dat er een sterke behoefte is aan een gedifferentieerde parkeeraanpak, die rekening houdt met de diverse gebruikersgroepen van de Zuidas. "Meer elektrische laadpunten voor kleine elektrische stadswagens" en "Stukken goedkoper en toegankelijker vooral voor middeninkomens" zijn concrete suggesties die aangeven dat praktische aspecten ook aandacht vragen.

Autoluw maar ook bereikbaar voor minder validen, leveranciers en bezoekers van buiten

Vergeleken met eerder besproken onderwerpen krijgt het autoluw maken van de nieuwe wijk een iets minder enthousiaste instemming van de respondenten. Ongeveer 66% staat er positief tegenover en 34% beoordeelt het initiatief neutraal of negatief. Voorstanders verwachten positieve effecten voor leefbaarheid, veiligheid en milieu. Critici en twijfelaars zijn bezorgd dat specifieke gebruikersgroepen zoals mensen met mobiliteitsbeperkingen, leveranciers, en bezoekers van buiten de stad minder goed het gebied in kunnen.

De open antwoorden geven een duidelijk inzicht in de verschillende standpunten. Voorstanders geven aan dat autoluwheid goed is voor de leefbaarheid van de wijk. “Veiliger voor voetgangers". De wijk is beter af zonder auto’s "Cars suck! They're loud and pollute". Tegelijkertijd zijn er zorgen over de bereikbaarheid "Alle oude mensen, slecht ter been kunnen dan niet parkeren. Dus weerhoudt mensen om hierheen te komen. Dan komen ze nergens meer." Ook maakt men zich zorgen over de consequenties van een autoluwe wijk. "Autoluw ben ik helemaal voor, maar de straat moet niet vol komen te staan met deelauto's en deelscooters. Ze staan in de weg en verpesten het straatbeeld"



5. Opmerkingen: op zoek naar een evenwichtige ontwikkeling

De afsluitende vraag uit de enquête gaf respondenten de mogelijkheid om aanvullende suggesties te geven. Veel respondenten benadrukken het belang van een evenwichtige ontwikkeling die rekening houdt met verschillende gebruikersgroepen en behoeften. Ze pleiten voor een gebied dat niet alleen modern en zakelijk is, maar ook warm, toegankelijk en levendig. Een rode draad in veel antwoorden is de behoefte aan een levendiger gebied met meer diversiteit in functies, prijsniveaus en gebruiksmogelijkheden. Veel respondenten zien graag een transformatie van een voornamelijk zakelijk district naar een volwaardig stadsdeel met een eigen identiteit.

In de opmerkingen komen veel eerdergenoemde onderwerpen opnieuw voorbij

1. Leefbaarheid en levendigheid buiten kantoortijden
Veel respondenten spreken zich uit voor een gebied dat ook 's avonds en in het weekend aantrekkelijk is. "Groen, leuke tentjes, borreltje!" De Zuidas is op dit moment vooral nog een werkgebied en voelt ’s avonds en in het weekend "uitgestorven" aan. "More night life, bars, restaurants, green spaces".

2. Betaalbaarheid en inclusiviteit
Een groep respondenten geeft aan dat de Zuidas een exclusief karakter heeft en pleit voor een meer inclusief gebied met voorzieningen voor verschillende inkomensgroepen. "Het moet niet al te duur zijn, toegankelijk voor de normale mens". "Making an affordable area for workers, rents not so high that can be afforded only by few people"

3. Culturele voorzieningen
Er is duidelijk behoefte aan meer culturele functies in het gebied. "Een nachtclub zou prachtig zijn" Respondenten noemen specifiek voorzieningen als bioscoopzalen, musea, bibliotheken en muziekpodia. "Een bioscoop (zoals een Pathé)" of "Iets leuks voor kinderen".

4. Mobiliteit en bereikbaarheid
De meningen zijn verdeeld over de balans tussen autoluw en bereikbaarheid. Sommige respondenten pleiten voor een volledig autoluw gebied, terwijl anderen wijzen op het belang van goede bereikbaarheid voor verschillende doelgroepen. "Met autoluw krijg ik snel de associatie met een plek die slecht bereikbaar is met de auto/biro. Dit zou ik vervelend vinden dan zou ik een plek juist weer vermijden als het moeilijk bereikbaar is."

5. Groen en duurzaamheid
Meerdere respondenten geven aan hoe belangrijk ze voldoende groen, duurzame ontwikkeling en klimaatadaptatie vinden. "De hoeveelheid aan CO2 absorberende en zuurstof producerend groen. En aandacht voor de hoge concentratie fijnstof vanwege de ringweg. Hoe kunnen de mensen daar goed tegen worden beschermd?")

Bijlage 2

Participatie herontwikkeling
ABN AMRO-complex
*Deel 2: resultaten **focusgroepen***

Inhoudsopgave

1. Focusgroepen 3

2. Samenvatting resultaten 4

1. Algemeen/uitstraling, wonen en openbare ruimte 6

2. Voorzieningen en sociale aspecten 12

3. Groen en biodiversiteit 14

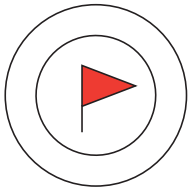
4. Mobiliteit en bereikbaarheid 16

1. Focusgroepen

In april 2025 zijn bewoners van Zuidas uitgenodigd voor de focusgroepen, om in gesprek te gaan over de herontwikkeling van het ABN AMRO-complex. De focusgroepen waren eenmalig en gericht op expats, gezinnen en starters/samenwonende stellen. En hadden als doel om in kleinere groepen verdiepend in gesprek te gaan over de ambities van het Masterplan. Door met verschillende doelgroepen in gesprek te gaan, wilde Icon Real Estate een beter beeld geven van de ontwikkeling. De open dialoog maakte het mogelijk om niet alleen meningen te verzamelen, maar ook te begrijpen waarom bepaalde voorkeuren en verwachtingen leven. Dit helpt bij het verfijnen van het Masterplan en het beter afstemmen op de toekomstige gebruikers van het gebied.

We gingen in gesprek met 3 verschillende focusgroepen over de herontwikkeling, en dan specifiek over algemene uitstraling, social business district, wonen en openbare ruimte; voorzieningen en sociaal; biodiversiteit, duurzaamheid en klimaat en mobiliteit & bereikbaarheid.

In totaal spraken we 14 mensen. We organiseerden de focusgroepen op een avond, waarbij we gezamenlijk aftrapten met een plenaire toelichting over de ambities van het Masterplan en daarna gedurende anderhalf uur in gesprek gingen over de verschillende thema's. De gesprekken werden ondersteund door schetsen en referentiebeelden om een open discussie/gesprek te kunnen voeren met de deelnemers. De gesprekken werden geleid door neutrale gespreksleiders.



2. Samenvatting resultaten

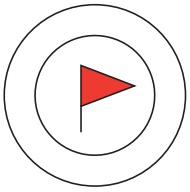
Focusgroepen: constructieve voorstellen voor vertaling van ambities naar realiteit

De focusgroepen geven een rijk en genuanceerd beeld van de manier waarop (vooral) omwonenden kijken naar de plannen voor het ABN AMRO-complex. Ze vormen een interessante doelgroep omdat ze tegelijkertijd de buren zijn van de nieuw te ontwikkelen locatie en omdat ze model kunnen staan voor een deel van de toekomstige bewoners. De deelnemers staan positief tegenover het openen van het nu gesloten gebied en waarderen de ambitie om een levendig, gemengd stadsdeel te creëren. Daarnaast geven ze tips en advies om het project te laten slagen. Gebaseerd op hun eigen ervaringen geven ze hun idee over de hoogte van gebouwen, het beheer van groenvoorzieningen en de levensvatbaarheid van buurtgerichte winkels. De groepen hebben onderling verschillende ideeën over de gemengde samenstelling van bewoners in de toekomst. Een belangrijk aandachtspunt is dat er genoeg voorzieningen komen die ook in het weekend open zijn en dat er een balans wordt gevonden tussen exclusiviteit en toegankelijkheid. Parkeren blijft een aandachtspunt ondanks de goede OV-verbindingen.

Een dwarsdoorsnede van Zuidas
Voor de focusgesprekken hebben we verschillende groepen mensen uitgenodigd die allemaal hun eigen perspectief kwamen geven op de ontwikkeling rond het ABN AMRO-complex. We hebben ons gericht op starters, gezinnen en expats.

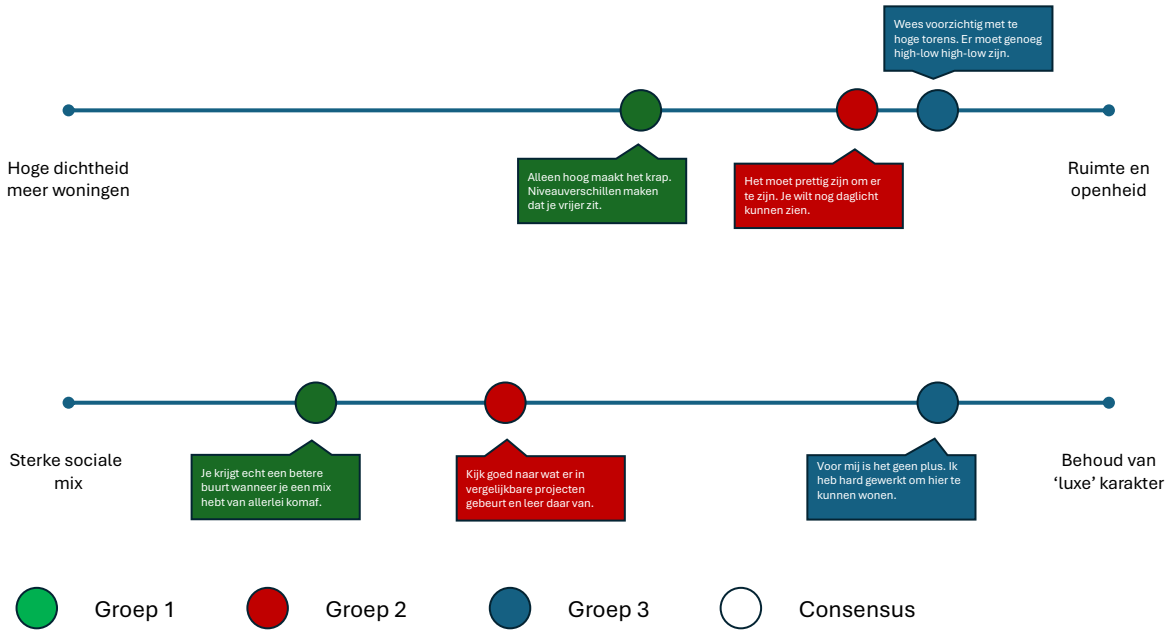
Groep 1: sociaal geëngageerden
De eerste groep bestond sterke overeenkomsten met "Sociaal geëngageerden" (tenderend naar het geel/groen BSR-segment). Het zijn bewoners die al langer in het gebied wonen. Een groep met een praktische instelling en een positieve houding tegenover sociale menging en buurtoriëntatie. Het is een groep die al wat langer in het gebied woont en waarde hecht aan verbinding, gemeenschapszin en sociale menging. Ze staan open voor verandering als het bijdraagt aan leefbaarheid en sociale cohesie. Hun benadering is praktisch en gericht op het gemeenschappelijk belang: "Je krijgt echt een betere buurt omdat je een mix hebt van allerlei komaf."

Groep 2: praktisch ingestelde individualisten
De tweede groep vertoont kenmerken van de "Praktisch ingestelden" (tenderend naar het blauw/groen BSR-segment). Deze groep redeneert vanuit haalbaarheid, betaalbaarheid en praktische oplossingen. Ze zoeken naar een evenwicht tussen ambities en realisme, met een zekere scepsis over hoogdravende beloftes. Hun focus ligt op wat werkt: "Als restaurant in de plint niet aanslaat, heb je er nog niks aan." De groep viel op door het maken van zorgvuldige afwegingen van voor- en nadelen, met nadruk op haalbaarheid en betaalbaarheid van voorzieningen. Ze zijn gematigder over sociale menging.



Groep 3: internationaal georiënteerde stedelingen
De derde groep had een meer internationaal profiel en past goed in het "hoogstedelijke" segment (tenderend naar het paarse (rood-blauwe) BSR-segment). Het gaat om bewoners die bewust gekozen hebben voor het exclusieve karakter van de Zuidas en hechten aan kwaliteit, uitstraling en onderscheidend vermogen. Ze willen hun investeringen beschermd zien: "Voor mij is het geen plus. Ik koop mezelf een plek in luxe communities." De groep hecht aan exclusiviteit, kwaliteit en behoud van het hoogwaardige leefmilieu, terwijl ze tegelijk de kwaliteit van voorzieningen belangrijk vindt.

1. Algemeen/uitstraling, wonen en openbare ruimte



Voor het weergeven van de belangrijkste meningen per thema gebruiken we een continuüm diagram. Het gebruikt 'schuifjes' waarmee je aan kunt geven waar de verschillende groepen staan tussen mogelijke keuzes. Het is vooral een hulpmiddel om te begrijpen welke kanten de meningen op kunnen gaan en waar je rekening mee kunt houden. De grafiek laat de semantische verdeling van de meningen zien, niet de numerieke verdeling. Het laat ook zien waar groepen elkaar kunnen vinden, waar ze het met elkaar over eens kunnen worden en welke onderwerpen mogelijk extra toelichting of uitleg nodig hebben. Wat 'het publiek' denkt is immers niet een kwestie van meeste stemmen tellen, maar een dynamisch evenwicht van verschillende meningen die elkaar beïnvloeden. Het helpt daarbij om in te kunnen schatten waar je een grotere afstand moet overbruggen.

Hoge dichtheid versus ruimte en openheid (continuüm 1)
Bij dit thema neigen alle groepen meer naar ruimte en openheid dan naar maximale dichtheid, maar er zijn nuanceverschillen. Groep 1 staat het meest open voor een zekere dichtheid, mits deze slim wordt vormgegeven: "Ik denk dat als je het alleen maar heel hoog maakt, wordt het krap. Juist niveauverschillen maakt dat je vrijer zit." Deelnemers uit groep 3 zijn het meest behoudend, met zorgen over verlies van uitzicht en zonlicht. Groep 2 uit praktische zorgen over schaduwwerking en windoverlast: "Hoe hoger je het maakt, hoe smaller het wordt of voelt."

Sterke sociale mix versus behoud van luxe karakter (continuüm 2)

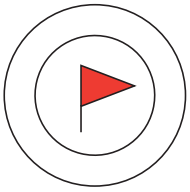
Op dit punt lopen de meningen duidelijk uiteen. Groep 1 staat het meest positief tegenover een sociale mix: "Je krijgt echt een betere buurt omdat je een mix hebt van allerlei komaf." Groep 3, met meer internationale deelnemers, neigt sterk naar behoud van het luxe karakter: "Voor mij is het geen plus. Ik heb gewerkt en gespaard om hier te kunnen wonen." Groep 2 neemt een tussenpositie in, met als suggestie: "Je kan niet verwachten dat sociale woningen in één gebouw gecombineerd worden met dure koopwoningen." Dit toont dat de wijze waarop sociale menging wordt vormgegeven minstens zo belangrijk is als het principe zelf.

ALGEMEEN: UITSTRALING
Over de groepen heen wordt er positief gereageerd op de uitstraling van het gebied. Het is nu nog een gesloten, afstandelijke plek zonder levendigheid. De plannen maken het gebied open, toegankelijk en aantrekkelijk. Het vraagt wel om een goede regie om de ambities waar te maken.

Nu: een gesloten, koud en afstandelijk gebied
Veel mensen ervaren het gebied als gesloten, koud en afstandelijk. Sommigen omschrijven het zelfs als “een eiland” waar je niet makkelijk binnenkomt. Met name deelnemers uit groep 1 en 2 noemen het huidige ABN AMRO-complex een “apenrots”: een hiërarchische, afstandelijke en onneembare vesting. Ze ervaren dat de keuze voor kleur en materiaalgebruik die afstand nog verder vergroot. Er is momenteel geen goede verbinding tussen de verschillende gebouwen, wat ertoe leidt dat mensen er snel doorheen lopen en weinig aandacht hebben voor hun omgeving. Toch zijn er ook mensen, met name bewoners of werknemers die er al langere tijd zijn, die wél een band hebben opgebouwd met het gebied en het juist als prettig ervaren. In het weekend is het er echter stil; doordat de horeca en winkels gesloten zijn, valt er weinig te beleven.

Plan: Het wordt vrolijker, toegankelijker en levendiger
De plannen om het gebied opener en toegankelijker te maken worden overwegend positief ontvangen. Veel deelnemers vinden de nieuwe voorstellen een stuk “vrolijker”, “toegankelijker” en “levendiger” dan de huidige situatie. Er wordt gewaardeerd dat het straks mogelijk is om door het gebied te lopen, in plaats van eromheen. Toch zijn er ook zorgen over de uitvoering. Meerdere deelnemers noemen windoverlast als een belangrijk aandachtspunt. Ook bestaat er scepsis over de mate waarin het groen net zo aantrekkelijk zal zijn als op de impressies wordt getoond. Daarnaast maken sommigen zich zorgen over de hoogte van de nieuwe gebouwen en het effect daarvan op het zonlicht in de omgeving. Een ander punt van twijfel is of de geplande voorzieningen in de plint er daadwerkelijk zullen komen en of ze rendabel genoeg zullen blijken om open te blijven.

Wens: een eyecatcher
In meerdere groepen wordt de wens uitgesproken voor een opvallend element, een echte “eyecatcher” die mensen naar het gebied trekt. Groep 1 stelt bijvoorbeeld een verbinding tussen gebouwen voor, zoals een loopbrug geïnspireerd op de Highline in New York. Verder is er behoefte aan voorzieningen die ook in het weekend open zijn, evenals een aantrekkelijke openbare ruimte die goed onderhouden wordt. Een betere verbinding met het Museumkwartier, de Beethovenstraat en de Zuidas zou volgens velen het gebied nog sterker maken. De algemene teneur is positief: het openstellen van het gebied wordt gezien als een goede stap. Tegelijkertijd leven er zorgen over de concrete invulling van de plannen, met name over de bouwhoogte en de vraag of alle beloften ook echt zullen worden waargemaakt.



Meerdere deelnemers verwezen naar eerdere projecten in de buurt waarbij beloften niet (helemaal) zijn nagekomen, bijvoorbeeld over een levendige plint, groene en toegankelijke daken. — een punt dat duidelijk nog leeft.

TYPEN WONINGEN EN DOELGROEPEN
Over de groepen heen is er een brede consensus over de behoefte aan diverse woningtypen. Meningen lopen wel uiteen als het gaat om de mate waarin verschillende inkomensgroepen in het gebied gemengd zouden moeten worden.

Verschillende kijk op het mixen van doelgroepen
Over het mengen van inkomensgroepen bestonden tussen en binnen de groepen verschillende meningen. Er was geen duidelijke consensus over of dit wenselijk is. Voorstanders gaven aan dat een mix van bewoners kan bijdragen aan een betere buurt. Zij noemden het een manier om diversiteit te stimuleren, de omgeving gezelliger te maken en de verbinding tussen verschillende bevolkingsgroepen te versterken. Tegenstanders daarentegen uitten hun zorgen. Sommigen vrezen dat een gemengde samenstelling afbreuk doet aan het luxe karakter van de buurt. Ook werd mogelijke overlast genoemd, zoals slordig achtergelaten fietsen en vuilnis. Daarnaast zouden duurdere woningen aan aantrekkelijkheid kunnen inboeten. Eén bewoner uit groep 3 verwoordde het als volgt: “Voor mij is het geen plus. Ik heb gewerkt en gespaard om hier te kunnen wonen.” Een andere deelnemer merkte op dat het volgens hem niet haalbaar is om sociale huurwoningen in één gebouw te combineren met dure koopwoningen: “Dat werkt niet.”

Essentiële beroepen verdienen voorrang
Er was brede steun voor het geven van voorrang aan mensen met essentiële beroepen, zoals zorgverleners, leraren en politiemensen. Daarnaast pleitten meerdere deelnemers voor meer aandacht voor starters. Zij hebben momenteel weinig kans op betaalbare woningen in het gebied, terwijl ze juist zorgen voor dynamiek en leven in de wijk. Ook starters met goede banen in bijvoorbeeld de juridische of financiële sector worden nu vaak buitengesloten. Verder werd genoemd dat er ruimte moet zijn voor gezinnen én voor zogeheten “empty nesters” — mensen van wie de kinderen inmiddels het huis uit zijn. Tegelijkertijd zijn er ook deelnemers aan het gesprek die aangeven dat ze niet aan de Zuidas zijn gaan wonen om tussen de kinderen te zitten.

Liever volwaardige woningen dan studio’s
Wat betreft het woningaanbod kwam een duidelijke voorkeur naar voren voor volwaardige woningen in plaats van kleine studio’s. Veel deelnemers gaven aan dat een tweekamerwoning met een aparte slaapkamer en een oppervlakte van circa 60 tot 70 m² wenselijk is voor starters. Voor gezinnen werden driekamerwoningen gemist, die volgens de deelnemers op de Zuidas nauwelijks te vinden zijn. Daarnaast werd herhaaldelijk het belang van doorstroming benadrukt. Woningtypen moeten zodanig zijn dat ze geschikt zijn voor verschillende levensfasen. Op die manier kunnen bewoners binnen het gebied blijven wonen en op termijn verhuizen naar een andere, passende woning.

Belangrijke aanvullende wensen
In zowel groep 1 als 2 werd nadrukkelijk gepleit voor een zelfbewoningsplicht. Daarmee willen deelnemers voorkomen dat woningen worden opgekocht door beleggers en tegen hoge prijzen

worden verhuurd. Ook kwam de wens naar voren voor levensloopgeschikte woningen, zodat ouderen die in de wijk willen blijven daar ook daadwerkelijk kunnen blijven wonen.

HOOGTE VAN GEBOUWEN

Veel deelnemers zijn positief over het idee van hoogteverschillen in het gebied. Er waren ook duidelijke zorgen over de impact van de hoogste gebouwen op het uitzicht, het zonlicht en de windcirculatie. Het is belangrijk om de goede balans te vinden tussen bebouwing en openbare ruimte. Dat helpt de plannen slagen.

Variatie wordt gewaardeerd

Deelnemers uit de verschillende groepen zijn positief over variatie in hoogte. “Het plan heeft de variatie die ik leuk vind”, “Mooie mix van hoogtes” en “Niveauverschillen maken dat je vrijer zit”. Het zijn reacties die aangeven dat een speels en afwisselend straatbeeld wordt gewaardeerd. Deze variatie draagt volgens hen bij aan een levendig en minder monotoon geheel. Tegelijkertijd waren er ook zorgen over de hoge torens van ongeveer 100 meter. Deze kunnen het gebied juist smaller en beklemmender laten aanvoelen. “Hoe hoger je het maakt, hoe smaller het wordt of voelt.”

Wat zijn de effecten op uitzicht, bezonning en wind

Het verlies van uitzicht bleek voor een aantal deelnemers een belangrijk punt; zij gaven aan dat hun huidige uitzicht verdwijnt door de komst van nieuwe torens. Een bewoner uit groep 3 uitte haar bezorgdheid over het feit dat het geplande gebouw een uur zonlicht per dag van haar appartement zou wegnemen: “Ik raak mijn uitzicht kwijt.” Ook de hoeveelheid daglicht op straatniveau baart sommigen zorgen. Te veel hoogbouw zou het daglicht kunnen beperken, wat een negatieve invloed heeft op de beleving van de openbare ruimte. “Als je er tussendoor loopt, wil je een beetje daglicht zien,” zei een deelnemer. Daarbij werd gewezen op een eerdere belofte om gebouwen in een “hoog-laag-hoog-laag”-patroon te plaatsen, een dambord-structuur die volgens sommigen inmiddels is losgelaten.

Balans tussen bebouwing en openbare ruimte

Er is een duidelijke behoefte aan openheid en ruimte in het gebied. Er moet voldoende plek blijven voor pleinen, groen en ontmoetingsplekken. Als inspiratiebron wijzen ze naar referentiebeelden van steden zoals Londen en de High Line in New York. Deze voorbeelden spraken aan door de combinatie van hoogbouw met levendige, toegankelijke openbare ruimtes. Een deelnemer verwoordde het als volgt: “Ik denk dat ze hiermee de goede kant op gaan. Dit is sfeervol, dit is warm, het leeft.” Anderen vonden juist dat sommige van de gepresenteerde beelden traditioneel en saai overkwamen.

Versterk de beleving van het gebied

Meerdere deelnemers deden suggesties om de beleving van het gebied te versterken. Een vaak genoemd idee was het verbinden van torens met luchtbruggen of glazen looproutes. Zo’n constructie zou kunnen fungeren als eyecatcher en tegelijkertijd als uitnodigend element voor bezoekers. Eén van de voorstellen was om “een ring te maken” door gebouwen met elkaar te verbinden in de lucht. Andere suggesties richtten zich op praktische zaken zoals het tegengaan van windoverlast door een zorgvuldige positionering van gebouwen. Daarnaast werd het belang benadrukt van doordachte architectuur en een warme uitstraling van de bebouwing.

OPENBARE RUIMTE

Veel deelnemers reageerden enthousiast op het idee van een open en toegankelijk gebied, met meer groen en mogelijkheden om door het gebied te lopen. Er was waardering voor het maken van een levendig openbaar hart, dat ruimte biedt voor ontmoeting en activiteit. Ook de betere verbinding met omliggende straten, zoals de Beethovenstraat, werd positief beoordeeld.

Openstelling zorgt voor enthousiasme

Men is enthousiast over het extra groen dat het plan de wijk inbrengt en over de mogelijkheid om vrij door het gebied te lopen. “Veel meer groen: dat zou fantastisch zijn,” en “Het open hart zou een mooie plek zijn voor een concert, een plek om te ontmoeten,” zijn uitspraken die dit onderstrepen. Mensen ervaren de nieuwe opzet als toegankelijker en vriendelijker. “Het is groener en opener. Niet dat geslotene.” Ook het beter verbinden van de omgeving werd gewaardeerd. “Trek die Beethovenstraat door, dan heb je echt een leuk hip gebied,” zei een deelnemer. Doorloopbaarheid werd door velen gezien als een duidelijke verbetering.

Goed letten op de praktische uitvoerbaarheid

Deelnemers geven aan dat het belangrijk is om op een vroeg moment te letten op de uitvoerbaarheid van de plannen, vooral als het gaat om het groen. In het verleden heeft niet ieder initiatief opgeleverd wat ervan werd verwacht. “Er is nogal wat schijngroen in de omgeving,” en “In impressies wordt er groen toegevoegd, maar dat moet niet gelig gras van een paar centimeter worden.” En: “The Valley zou heel groen worden maar dat moet nog komen.” De oproep was helder: “Neem het groen serieus, of zeg het niet.”

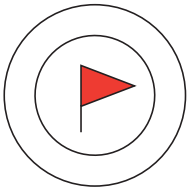
Daarnaast waren er zorgen over onderhoud en praktische knelpunten zoals windoverlast. “Het waait als een gek” en “Je wordt hier drooggeblazen” gaven deelnemers als voorbeelden van hoe onaangenaam de ruimte kan aanvoelen als dit niet goed wordt aangepakt. Het groen is volgens velen alleen aantrekkelijk “als het goed onderhouden wordt.”

Verschillende ideeën over het gebruik

Er was geen eenduidige visie over hoe de openbare ruimte gebruikt zou moeten worden. Sommige deelnemers wilden vooral rustige plekken om te zitten en te ontspannen, terwijl anderen juist pleitten voor recreatieve functies zoals sport, spel en culturele activiteiten. Ook over de beoogde doelgroepen werd verschillend gedacht: moet de ruimte er zijn voor bewoners, voor werknemers, of voor bezoekers van buiten? In groep 3 ontstond discussie over speelplekken voor kinderen. Een deelnemer zei: “Ik zou het fantastisch vinden,” terwijl een ander benadrukte: “Ik koop altijd in gebieden die niet voor kinderen zijn.”

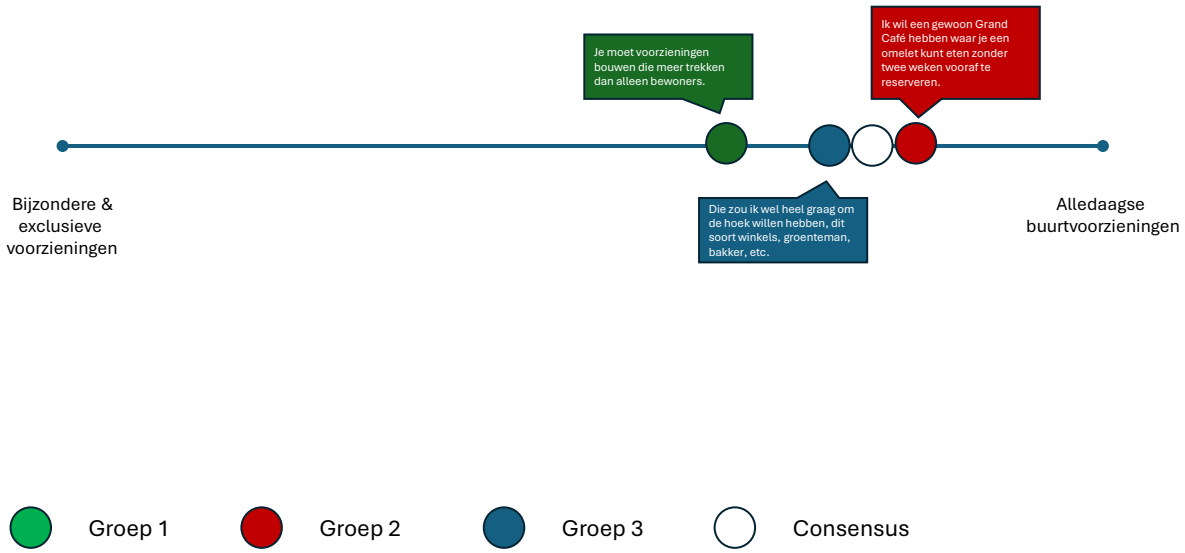
Specifieke elementen roepen verdeeldheid op

Daktuinen en waterpartijen leidden tot gemengde reacties. Veel deelnemers waren sceptisch over daktuinen op grote hoogte. “Je waait gewoon weg,” zei iemand. Anderen vroegen zich af: “Waarom zou je op de 22e verdieping op het dak gaan kijken?” Voor lagere gebouwen leek het idee wel werkbaar: “Tot zes, zeven verdiepingen is oké.” Ook over de bestaande grachten waren er opmerkingen. “Water is vies, er ligt gras overal overheen,” aldus een deelnemer. Toch klonk ook de wens om hier iets mee te doen: “Zou goed zijn als er wat gebeurt met de grachten.” Veiligheid kwam in meerdere gesprekken terug als belangrijk punt, vooral voor de avonduren. “Feeling home is important, and feeling safe too.”



Concrete suggesties voor verbetering
Deelnemers kwamen met verschillende ideeën om de kwaliteit van de openbare ruimte te versterken. Zo werd er gepleit voor een echt park in plaats van losse plantenbakken. Ook het verbinden van gebouwen op hoogte — zoals bij de High Line in New York — werd genoemd als kansrijke ingreep. Verder kwamen er suggesties voor moestuinbakken als middel voor community building, beter onderhoud van het groen, duidelijke scheiding tussen fiets- en wandelroutes en voldoende vuilnisbakken.

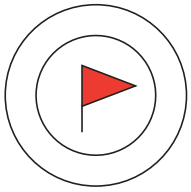
2. Voorzieningen en sociale aspecten



De focusgroepen zijn voor een breder en meer divers aanbod aan voorzieningen. De Zuidas is nu nog vaak problematisch leeg, vooral in het weekend. Er is behoefte aan betaalbare horeca die zeven dagen per week open is, lokale winkels (bakker, slager, supermarkt), culturele voorzieningen en ontmoetingsplekken. Het is belangrijk dat de vierkante meter prijs betaalbaar is zodat ondernemers langer kunnen blijven. Ook is er een sterke vraag naar community voorzieningen, zoals multifunctionele ruimtes, die de sociale cohesie kunnen versterken.

Nu nog vaak te leeg in het weekend
De bestaande situatie wordt door vrijwel alle deelnemers als problematisch ervaren, vooral in het weekend. “Geen kip op straat,” merkte iemand op, terwijl een ander constateerde: “Alles is dicht.” Winkels en horeca zijn sterk gericht op kantoorpersoneel en sluiten zodra de werkweek voorbij is. Dat zorgt voor een sfeerloze en verlaten omgeving buiten kantooruren. Ook de continuïteit van voorzieningen laat te wensen over. “We hadden die modewinkel, en ineens was die weg,” zei een deelnemer. Er werd aangegeven hoe belangrijk de betaalbaarheid van commerciële ruimtes voor kleine ondernemers.

Wensen voor een levendig aanbod
Er was brede steun voor de ambitie voor een breder en meer divers aanbod van voorzieningen. Deelnemers pleitten voor horeca die zeven dagen per week open is, met een ontspannen sfeer en normale prijzen. “Een Grand Café waar je op zondag kunt ontbijten,” klonk het, “of een tafeltje kunt



hebben om te lezen en mensen te ontmoeten.” Een klein podium voor optredens werd zelfs genoemd als verbindend element. “Of een plek om een cursus te doen.” Vooral winkels werden gemist, met een lokale, persoonlijke uitstraling. Een goede bakker – “om croissants te halen in het weekend” – een slager, een supermarkt gericht op bewoners, en winkels met een cultureel divers aanbod, zoals “een toko met Turkse, Marokkaanse en Surinaamse producten,” kwamen veelvuldig terug. Creatieve winkels, zoals een stoffenwinkel of breiwinkel, werden eveneens genoemd.

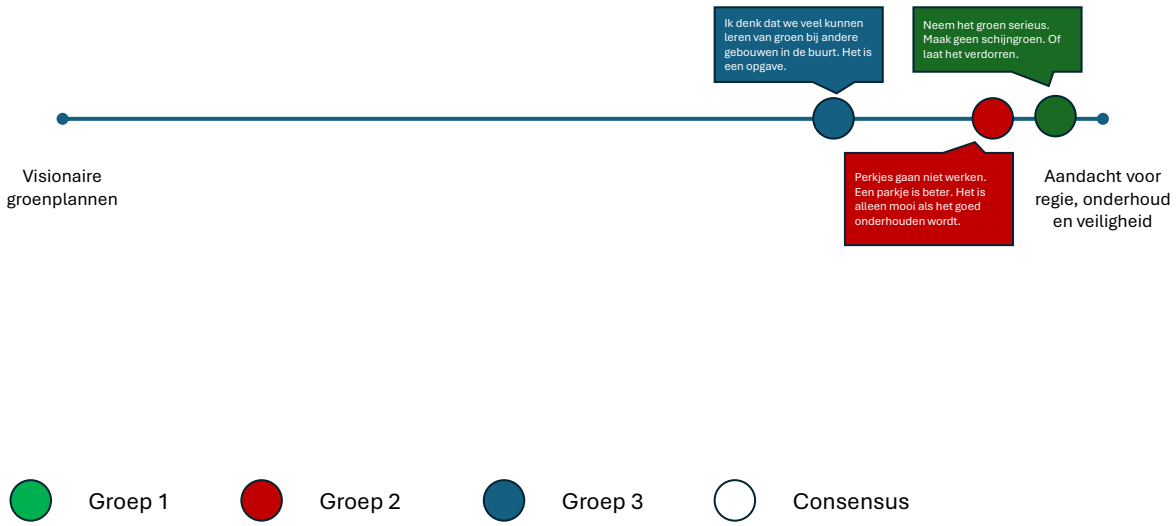
Ruimte voor recreatie en ontmoeting
Naast winkels en horeca was er behoefte aan toegankelijke plekken voor sport, cultuur en ontmoeting. “Iets om te doen, zoals kooklessen of schilderlessen,” zei een deelnemer. Sportvoorzieningen werden gemist, en de huidige opties werden vaak als te duur ervaren. De eerder verdwenen padelbanen werden gemist, en er werd gepleit voor “meer kunst en cultuur” en voor “community building tussen bewoners en werkenden.”

Aandacht voor betaalbaarheid en continuïteit
Een aantal deelnemers geeft aan dat het een belangrijke randvoorwaarde is dat er een duurzame basis is voor voorzieningen. “Anders stoppen de kleine ondernemers ermee, want ze kunnen het niet betalen,” zei een deelnemer. Een ander stelde voor: “Er zou een plafond moeten zijn voor de huurprijs.” Ideeën om dat op te lossen varieerden van kleinere winkelunits tot sociale ondernemingsvormen, geïnspireerd op sociale woningbouw. “In het kielzog van grote bedrijven komt vanzelf de rest,” werd ook uitgesproken.

Voor wie zijn de voorzieningen?
Deelnemers discussieerden over de doelgroep van de toekomstige voorzieningen. Moeten ze gericht zijn op bewoners of op de grote groep werknemers in het gebied? “Het gebied wordt compleet overgenomen door werknemers tijdens lunchtijd,” zei iemand. “Ze houden geen rekening met bewoners,” aldus een ander. Ook inkomensongelijkheid speelde een rol: “Mensen in sociale huur gaan hier geen cent uitgeven,” klonk het kritisch. Voorzieningen moeten volgens sommigen aantrekkelijk genoeg zijn om ook bezoekers van buiten aan te trekken.

Aandacht voor flexibiliteit en communicatie
Er werden suggesties gedaan om ruimtes multifunctioneel te maken: overdag bruikbaar voor werkenden, ’s avonds en in het weekend voor bewoners. “Gebruik het in de avond voor de mensen die er wonen, 24/7 programmering,” was een duidelijke oproep. Tot slot werd benoemd dat er betere communicatie nodig is. “Er gebeuren leuke dingen, maar niemand weet het,” zei een deelnemer. Aankondigingen en zichtbaarheid van activiteiten kunnen volgens velen beter, zodat bewoners zich meer betrokken voelen.

3. Groen en biodiversiteit



Deelnemers zijn positief én praktisch over vergroening. Groen in een hoogstedelijk en drukbezocht gebied vraagt om specifiek ontwerp én onderhoud. Het is belangrijk dat onderhoud direct belegd wordt. Men twijfelt over daktuinen op grote hoogte. Lagere daktuinen lijken volgens de deelnemers kansrijker. Biodiversiteit is daarbij vooral 'nice to have' en zal meer een symbolische waarde hebben. Deelnemers stellen een groene 'ring' voor tussen gebouwen, met moestuinbakken en combinaties van horeca met groen op toegankelijke plekken.

Investeren in groen dat blijft
De ambitie om het gebied groener en biodiverser te maken werd met interesse ontvangen, maar er waren ook terughoudende reacties. Ook praktische bezwaren kwamen aan bod. "Groen is hier nauwelijks te doen, want het waait als een gek," zei een deelnemer. Anderen wezen op de kosten: "Het is veel te duur." Er werd aangegeven dat het belangrijk is om eerlijke impressies te maken "In dit soort impressies wordt er veel groen getekend, maar in het echt is het gelig gras van een paar centimeter."

Onderhoud is cruciaal
Deelnemers benadrukten dat groen alleen werkt als het goed onderhouden wordt. "Het is alleen mooi als het goed onderhouden wordt," zei iemand. Maar er leeft weinig vertrouwen dat dat ook zal gebeuren. "De gemeente gaat er niks aan doen, bewoners betalen servicekosten, niemand die er iets aan doet," aldus een kritische deelnemer. Kleinere perkjes werden als onpraktisch gezien: "Perkjes gaan niet werken, vergt te veel onderhoud. Een parkje is beter." De vraag wie verantwoordelijk

wordt voor onderhoud kwam herhaaldelijk terug. “Wie gaat dat onderhouden?” en “Onkruid wieden en snoeien op hoogte – wie pakt dit op?” zijn voorbeelden van zorgen over langdurig beheer.

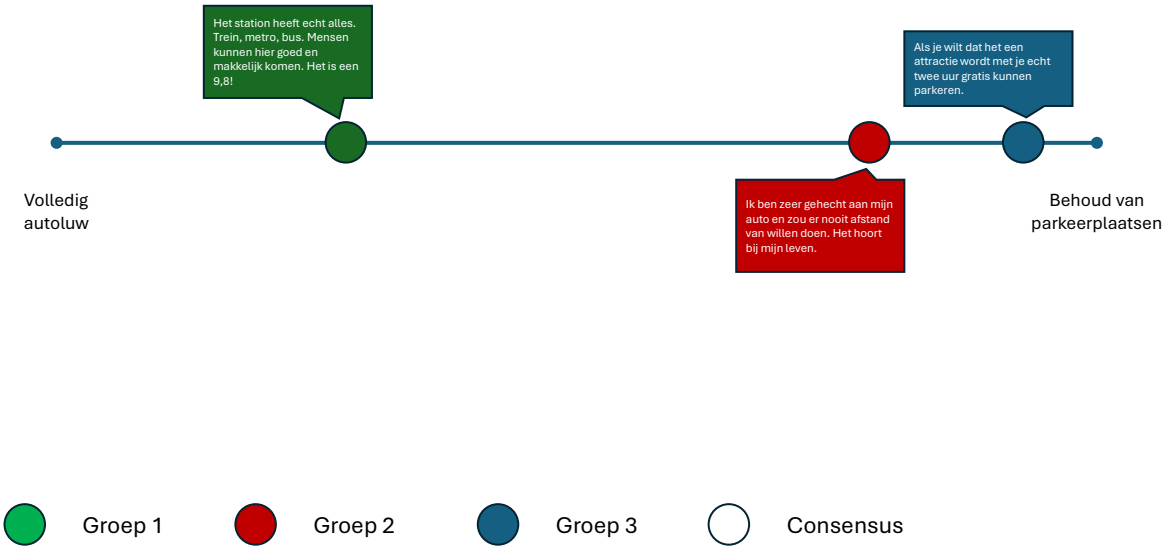
Daktuinen? Liever laag bij de grond
De reacties op daktuinen waren soms kritisch, zeker als ze op grote hoogte zijn gepland. “Waarom zou je op de 22e verdieping op het dak gaan kijken?” vroeg iemand zich af. Anderen noemden ze oncomfortabel: “Je waait gewoon weg. Of je zit in de mist.” Openbaarheid lijkt hier niet genoeg: “Dan moet je hele hoge glazen wanden plaatsen om buiten te zitten.” Toch werden er ook ideeën geopperd om ze aantrekkelijker te maken. “Je kunt wel een dichte tuin, een soort kas op het dak plaatsen,” stelde een deelnemer voor. Voor lagere gebouwen vonden mensen het beter passen: “Voor laagbouw zou het leuk kunnen zijn.” Een verbinding tussen gebouwen in de stijl van de High Line in New York werd ook genoemd: “Dan wordt het weer een attractie.”

Biodiversiteit: symbool of substantie?
De plannen voor meer biodiversiteit riepen verdeelde reacties op. Sommige deelnemers uitten twijfels over de effectiviteit van insectenhotels en nestkastjes. “Je ziet insectenhotels overal staan, maar je ziet er nooit een insect in zitten.” Een ander merkte op: “Die kunnen ook niet tegen de wind in vliegen.” Volgens sommigen gaat het vooral om symboolpolitiek: “Dat is signaalpolitiek,” of “box ticking.” Er was wel waardering voor een grondige aanpak. “Groene gevels in daken en gebouwen – heel leuk, maar doe het dan goed,” klonk het. “Wilder groen spreekt meer aan,” en opnieuw werd het belang van goed onderhoud genoemd, vooral bij daktuinen.

Positieve geluiden en inspirerende beelden
Tussen de soms kritische noten klonken ook positieve reacties. “Veel meer groen: dat zou fantastisch zijn,” zei een deelnemer. Een ander deelde een ervaring: “Op de zesde verdieping komen eenden hun nestje maken. Twaalf eieren in een nest.” Ook inspiratie van elders sprak tot de verbeelding: “Een hooggelegen treinlijn, helemaal begroeid die dwars door de stad loopt. Is te gek.” Een ander voegde toe: “Als ik er iets kan drinken, dan zou ik er wel heen gaan – BBQ!”

Suggesties om het plan te versterken
Deelnemers kwamen met suggesties om groen beter te integreren in het dagelijks leven. Een vaak genoemd idee: een groene ‘ring’ die gebouwen verbindt. “Een verbinding maken,” “Tussen de torens op zeven hoog bijvoorbeeld.” Ook werd geopperd om moestuinbakken te plaatsen, zelfs “op de Zuidas.” Horeca en groen combineren werd als aantrekkelijk gezien, bijvoorbeeld met BBQ’s op daktuinen. Eén deelnemer opperde zelfs een “planetarium of een dichte tuin op het dak.”

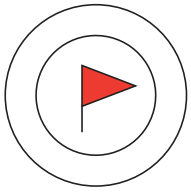
4. Mobiliteit en bereikbaarheid



Hoewel veel deelnemers voorstander zijn van fietsen en OV, bestaan er reserves bij het volledig autoluw maken van het gebied. Deelvervoer stuit op scepsis; deelfietsen worden bekritiseerd ("dikke onzin") omdat veel mensen al eigen fietsen hebben. Deelauto's en deelbakfietsen worden positiever ontvangen, mits op handige plekken. De effectiviteit van autoluw beleid wordt betwijfeld, vooral vanuit het perspectief van bezoekers en winkeliers. Parkeren blijft een gevoelig punt, met praktische bezwaren tegen ondergrondse fietsenstallingen.

Deelvervoer: weinig vertrouwen, weinig gebruik
Deelfietsen kregen forse kritiek. “Dikke onzin,” noemde iemand het. Meerdere initiatieven zoals Donkey en Norry werden genoemd als voorbeelden van mislukkingen. “Mensen hebben allemaal al twee fietsen, dit werkt hier niet.” Ook de ervaring met elektrische fietsen en bakfietsen in woongebouwen was weinig hoopgevend: “Ze zijn allemaal verdwenen omdat ze niet werden gebruikt.” Toch zagen sommigen wél kansen voor deelauto’s en deelbakfietsen. “Deelbakfiets is een goed idee met kinderen,” zei iemand. “Als je een zak potgrond wil halen bij een tuincentrum, ga je echt niet met de metro. Dan wil ik wel een Biro huren.” Voorwaarde is wel dat het deelvervoer toegankelijk is en logisch geplaatst: “Als het openbaar is, moet het ook echt op een handige plek staan.”

Parkeren blijft een knelpunt ondanks goede OV-verbindingen. Het voorgestelde parkeer- en stallingsbeleid stuit echter op weerstand ("Het is drama met parkeren"). Men vreest dat beperkte parkeermogelijkheden bezoekers afschrikken. Ondergrondse fietsenstallingen zijn niet



populair; mensen willen hun fiets "voor de deur" stallen. Concrete suggesties omvatten blauwe zones, gratis parkeren voor de eerste twee uur, en gelijkvloerse fietsenstallingen. De toegankelijkheid voor ouderen en mindervaliden verdient extra aandacht.

Parkeren als knelpunt
Het autoluwe beleid stuitte bij veel deelnemers op weerstand. “Het is drama met parkeren,” werd meerdere keren herhaald. Vooral vanuit het perspectief van bezoekers en winkeliers was er kritiek: “Als je niemand twee uur vrij kunt laten parkeren, gaan mensen ergens anders naartoe.”. Ook bij het fietsparkeren speelden praktische bezwaren. Ondergrondse stallingen zijn niet populair. “Fietsers zijn te belazerd om in die parkeergarage in te gaan,” klonk het scherp. Mensen willen hun fiets “voor de deur” stallen. Ondergronds parkeren is alleen acceptabel als je er met de fiets zó in kunt rijden.

Suggesties voor verbetering
Deelnemers kwamen met concrete ideeën voor oplossingen. Voor auto’s werd onder meer voorgesteld om een blauwe zone in te voeren of de eerste twee uur gratis te laten parkeren. “Bij het station een autohuurbedrijf” werd ook als aanvulling gezien. Voor fietsen werd gepleit voor praktische oplossingen: “Bicycle racks” op straatniveau, “gelijkvloers fietsparkeren.” Een ander zei: “Je kunt niet van mensen verwachten dat ze voor elke boodschap hun fiets in de kelder zetten.”
Op het gebied van algemene bereikbaarheid werd gewezen op de noodzaak van toegankelijkheid voor ouderen en mensen die slecht ter been zijn. “Je moet nadenken over plekken waar je even je ding kunt doen,” en “Kiss & ride-plekken zijn belangrijk,” aldus enkele deelnemers.

Een kritische balans
De algemene houding tegenover de mobiliteitsambities is gemengd. Het openbaar vervoer wordt breed gewaardeerd, maar deelvervoer roept veel vragen op en wordt nauwelijks gebruikt. Het autoluw maken van het gebied wordt als wens van de gemeente gezien, maar volgens bewoners en ondernemers gaat dit ten koste van levendigheid en bereikbaarheid.