

Toekomstvisie Vereniging Buurtbelang Museumplein (VBM)

Inleiding, de VBM

De VBM is een overkoepelende vereniging van drie buurten die is opgericht ter gezamenlijke behartiging van urgente bewonersbelangen rond het Museumplein. Denk aan de bedreiging van het grondwater door de Boerenwetering-garage, de overlast van evenementen op het Museumplein, zoals de Koninginnedagviering van Radio 538, de Ajax-huldigingen, etcetera.

Aan het begin van deze eeuw zijn door de gezamenlijke buurten verschillende acties gevoerd, met een zeker succes. Veel herrie is (waarschijnlijk mede door de onbeheersbaarheid van openbare orde-aspecten) intussen van het Museumplein weggehaald. De (her)opening van de opgeknapt musea gaf een ander accent, meer in lijn met de ideeën van de bewoners, namelijk cultuurcentrum van de stad (of het land).

De Vereniging werd opgericht in 2013 toen de meeste ellende al achter de rug was. Er zaten nog wat middelen in de kas uit een crowdfund-actie, waarmee onder meer geprocedeerd werd over de Boerenweteringgarage. Dat was ook weer best succesvol. Een nauwgezette monitoring van de grondwatereffecten tijdens de bouw werd afgedwongen.

De vereniging werd erkend als gesprekspartner van de gemeente, bijvoorbeeld in het Museumplein-overleg, de voorbereiding van het evenementenbeleid van de gemeente en het overleg rond de publieksvertoningen van voetbalwedstrijden op het Museumplein. Nu zou men kunnen stellen dat de belangrijkste doelstellingen van de Vereniging zijn vervuld of dat het werkgebied is verschoven naar meer algemene problemen: de drukte in de stad, de druk van commercie op de openbare ruimte, etc. **Wat nu? kan de Vereniging op een zacht pitje. Is onze buurt dan af? In winterslaap gaan of het werkgebied verleggen?**

In theorie zijn er drie mogelijke vervolgtrajecten:

Eerste optie: Nadruk op het beïnvloeden van gemeentelijk beleid vanuit burgerperspectief tegenover de commerciële en politieke druk. In actie komen in reactie op het beleid. Zo nodig met juridische procedures strijden tegen megalomane en bedreigende projecten en ontwikkelingen (commercialisering, drukte, maar ook nog steeds incidentele bedreigingen van de rust door voetbalfeesten). De noodzaak neemt af naarmate onze acties meer effect sorteren. Maar daarmee is de behoefte allerminst verdwenen. Alertheid blijft nodig en hoogstens moet het zoeklicht wat worden aangepast.

Tweede Optie: Actiever worden. Bedenk dat de stadsdelen na 2018 nog verder ontmanteld worden. Alles moet dan naar het Stadhuis. Bovendien wordt een adviesraad gekozen uit personen die vertrouwen van de buurten genieten. Ook namens de Museumbuurt? De gemeentelijke overheid komt hoe dan ook op groter afstand te staan. Burgers moeten dan misschien actiever gaan lobbyen en zelf plannen maken. Bijvoorbeeld een eigen alternatief gebiedsplan opstellen naast dat van de gemeente. Voor zulke activiteiten is een echte buurtvereniging nodig met niet alleen bestuursleden, maar ook actieve leden, en min of meer regelmatige bijeenkomsten. Dan ontstaat een sfeer van vertrouwen die nodig is voor gezamenlijke actie.

Derde optie: Doe-democratie, stadsdorp Museumbuurt? Wat zou men willen/kunnen doen vanuit de vereniging? Meer zelforganisatie, meer dan je afzetten tegen de gemeente.

Leuke dingen, zoals in Huize Lydia, groenonderhoud parkjes, gericht op zelfredzaamheid ouderen. Burgers zouden zelfs ambitie kunnen hebben om taken van de gemeente over te nemen, omdat ze denken dat beter en/of goedkoper kunnen. Dat laatste vergt zeer veel van continuïteit en inzetbaarheid; kan eigenlijk alleen op basis van sociale ondernemingen. En als de gemeente ervoor open staat.

Keuze

De VBM kiest alles afwegende voor het eerste met focus op handhaving van het karakter van het Museumplein en opkomen voor getroffen buurtbelangen met uitstraling naar de drie wijken. Voor de andere opties zien we hetzij te weinig animo, hetzij er is al een voorziening voor in de vorm van Vondeldorp.

Dit vraagt om een gedeelde visie: wat we willen met het Museumplein?

Daar willen we graag ieders inbreng bij meenemen.

Visie op het Museumplein

Ten behoeve van het overleg met alle belanghebbenden rond het Museumplein dat burgemeester Van der Laan in 2014 organiseerde (het zogeheten Ambtswoninggesprek) is al door ons de volgende visie op het Museumplein geformuleerd:

Sinds 1996 bestaat het 'plein' (tussen aanhalingstekens, want eigenlijk is het een malieveld) in zijn huidige vorm. Het is **nu het culturele centrum van de stad en het land**, omsloten door drie topmusea en een top muziekzaal met top bespeling. Bewoners van Amsterdam (omwonenden en elders in de stad woonachtigen) hebben zich deze ruimte toegeëigend en de ruimte een 'geleefde identiteit' hebben verleend, waarin zij zichzelf kunnen zijn. De vele toeristen verkeren er ontspannen voor of na hun bezoek aan een van de omliggende musea. Naast deze culturele/ontspanningsfunctie kent het plein ook een politieke functie. Het is een open vlakte waar het volk zich in groten getale kan verzamelen en laten zien, waar het zich gezien en gehoord weet, tegenover de macht en het bestuur, en voor het oog van de media. Dat is het Marsveld voor de democratie, de agora waarin het bestuur de burgers ontmoet. Het moet dus geen **commercieel** pretpark worden. Dat zijn de Piazza Navona, Trafalgar Square of Place du Louvre toch ook niet?

Dit zijn voor ons, burger-bewoners, de belangrijkste functies van het plein. Maar die staan steeds meer onder druk vanuit commerciële en infrastructurele hoek, met als gevolg een wezenlijke beperking op deze openbare functies. Vooral de commerciële druk op Amsterdam als toeristenstad in het algemeen en op het Plein in bijzonder, neemt zorgwekkende vormen aan. Het aantal opdringerige consumptieve evenementen op het Plein neemt toe.

Wij als bewoners rond deze drukbezochte plek zetten de belangen die bij de 'bespeling' van het Plein tegen elkaar moeten worden afgewogen op een rij:

1. **Maatschappelijk:** de open vlakte van het Museumplein als ontmoetingsplaats voor bewoners en passanten in het stedelijk landschap (met vertier rond de vijver, zomer en winter), een dierbare plaats waar (school)kinderen, volwassenen uit de buurt de ruimte hebben om te bewegen, buiten te spelen en te voetballen, maar ook als uitgelezen plek voor publieke evenementen en manifestaties: van betogingen tot vieringen, van protest tot bijval. De organisatie van een deel daarvan wordt commercieel uitbesteed. De grens tussen doel en middel raakt daarbij niet zelden zoek.
2. **Cultureel:** het Museumplein met drie musea en het Concertgebouw, goed voor 5 miljoen bezoekers per jaar, en dat moeten er volgens die instellingen meer worden
3. **Commercieel:** de high-end winkelcorridor PCHoof-vanBaerle-Willemsparkweg-Cornelis Schuyt en de diamantairs op het plein zelf. Rondom het Museumplein bevindt zich tevens een ring van horeca-voorzieningen, met hotels en restaurants voor alle mogelijke klantensorten en inkomensgroepen.

Bij de belangenafweging dient het **kwalitatieve kader** voorop te staan. Daarom moet streng worden vastgehouden aan het kwalitatieve selectie criterium van het soort evenementen. Dat betekent dat de maatschappelijke en culturele functies van deze plek het grootste gewicht moeten hebben. Het Plein mag niet door commerciële of sportbelangen overheerst worden. De hiervoor aangeduide legitieme commerciële belangen ondervinden daarvan bovendien hinder en schade.

Er zal een **kwantitatieve beperking** moeten gelden, zowel naar soort als aantal grootschalige evenementen. Dat moeten uitzonderingen op het normale gebruik zijn. En dus dient het aantal evenementen te worden genormeerd en dient er bij het soort evenementen scherp rekening worden gehouden met hoeveel publiek en verkeers attractie het Plein aan kan in termen van schade aan het malieveld, handhaving van openbare orde en beperking van overlast voor musea en omwonenden.

Dit betrof dus de evenementen en feestelijkheden. Daaraan kan het volgende in meer algemene zin aan worden toegevoegd.

De ervaring heeft geleerd dat de organisatie van een sportevenement dat honderdduizend supporters aantrekt (de mogelijke Ajax-huldiging in 2017) niet (meer) haalbaar is, omdat het qua veiligheid en logistiek niet meer behapbaar is. Bij de programmering van grootschalige evenementen zou de gemeente meer rekening moeten houden met de effecten van internet op de samenleving, met name bij dit soort gebeurtenissen, omdat dat bijdraagt aan de toenemende onbeheersbaarheid daarvan op open ruimtes als het Museumplein in een bewoonde omgeving. De ongekende mobilisatiefunctie van de sociale media op internet zorgt voor een veel grotere en snellere instroom van publiek dat ook tijdens het evenement voortdurend met elkaar in contact staat en daardoor openbare orde acties van de autoriteiten onmiddellijk kan counteren. Daardoor kunnen in de omliggende buurten agressieve zwerfgroepen ontstaan die het gehele evenement onbeheersbaar maken. De gemeente moet daarvoor dus andere oplossingen vinden, die gelet op de structuur van het oude centrum van Amsterdam in de buitenranden van de Stad moeten liggen.

Ook treedt met de massale toeloop van toeristen in het oude centrum in toenemende mate het 'Venetië effect' op. De gedachte dat het bij het grootstedelijke beleid van de gemeente moet horen om het centrum zoveel mogelijk vol te persen met mensen, moet worden losgelaten. Ook bij de toeristische bedrijfstak moeten aspecten kwaliteit en kwantiteit worden onderscheiden. Waarom moet Amsterdam in de hele wereld geprofileerd staan als de plek waar je heen moet voor sex (red light district), drugs (coffeeshops) en rock & roll (dance festivals)? Wie dat doet, moet niet vreemd opkijken als vooral een bepaald publiek zich meldt.