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

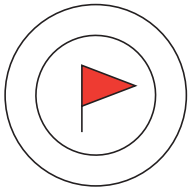
Bijlagen 19

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.

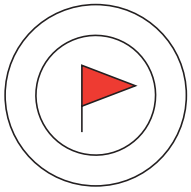
b. Doelgroepen

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.

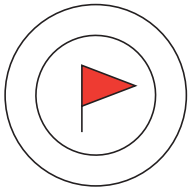


d. Kaders

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

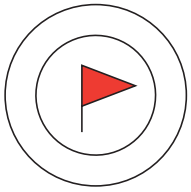
Op maandag 14 april 2025 organiseerde Icon Real Estate focusgroep-gesprekken om verdiepend in gesprek te gaan over de ruimtelijke invulling van het Masterplan. De bijeenkomst vond plaats op een centrale locatie in Zuidas (Hind Cooking, Claude Debussylaan) met 14 deelnemers in totaal, bestaand uit drie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

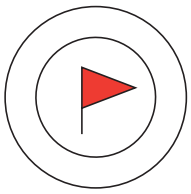
1. Algemene uitstraling, 'social business district', wonen en openbare ruimte



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

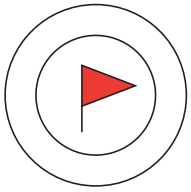
Voor de doeleinden van de omgevingscommunicatie zijn in fase 2 verschillende middelen en kanalen ingezet om bewoners, gebruikers en geïnteresseerden goed te informeren over het participatieproces en de mogelijkheid tot meedenken. De inzet richtte zich op zowel het aankondigen van activiteiten als het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

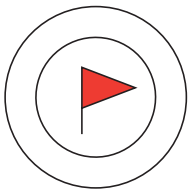
Focusgroep

- **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.

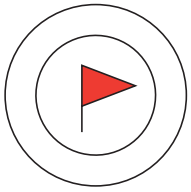
Focusgroep

- 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.

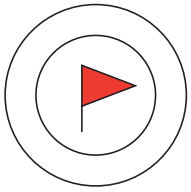
Focusgroepen

- **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.

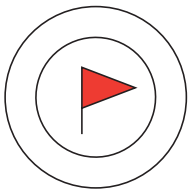
Focusgroepen

- **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

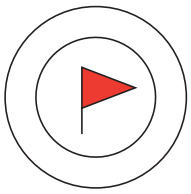
samenwonend) en empty nesters (mensen van wie de kinderen het huis uit zijn) en ouderen. Er wordt gestuurd op diversiteit en een dynamische buurt, met aantrekkelijke voorzieningen. We zorgen dat er ruimten zijn waar de buurt zelf gebruik van kan maken, ook voor ontmoeten.

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.



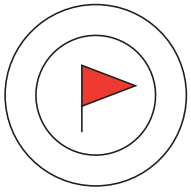
Het maaiveld is in de basis publiek toegankelijk en het groen wordt onderhouden en beheerd door alle gebouweigenaren. De private terrassen behorende bij de kantoren en de woningen worden onderhouden door de respectievelijke eigenaren en partijen die hier direct profijt van hebben. De semi-openbare dakterrassen 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

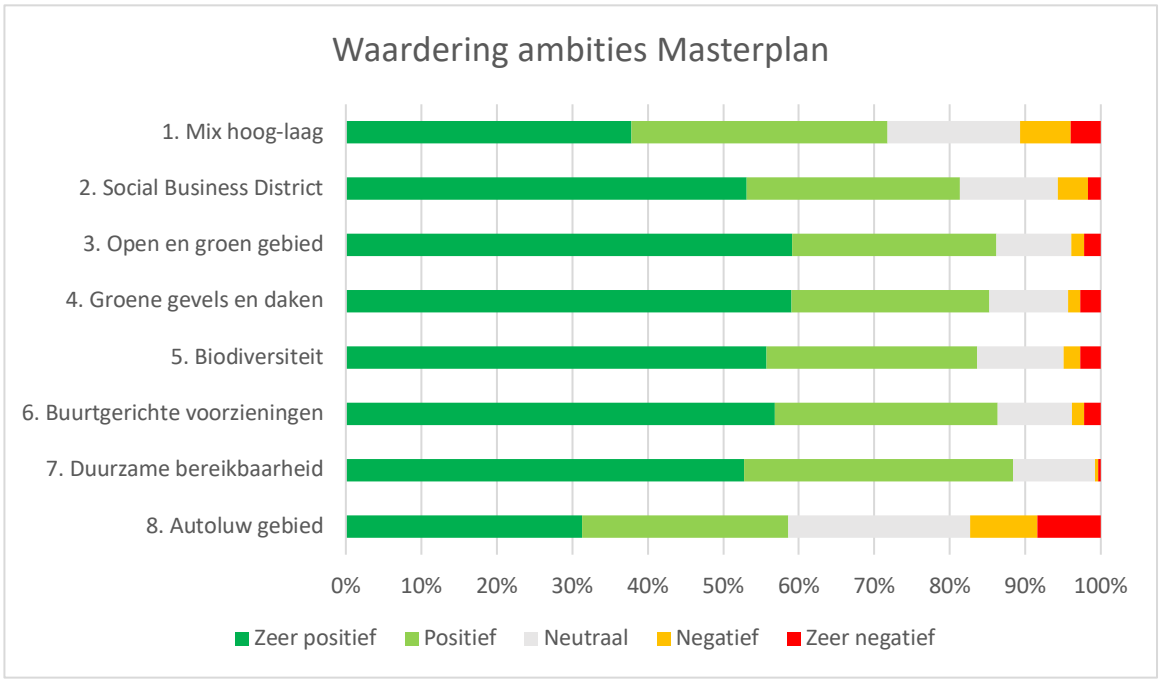
Naast de straatenquêtes werd de vragenlijst ook online beschikbaar gesteld. Om de zichtbaarheid en deelname onder bewoners van Zuidas te vergroten, zette Icon Real Estate een betaalde advertentiecampagne in via Instagram Stories.

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.

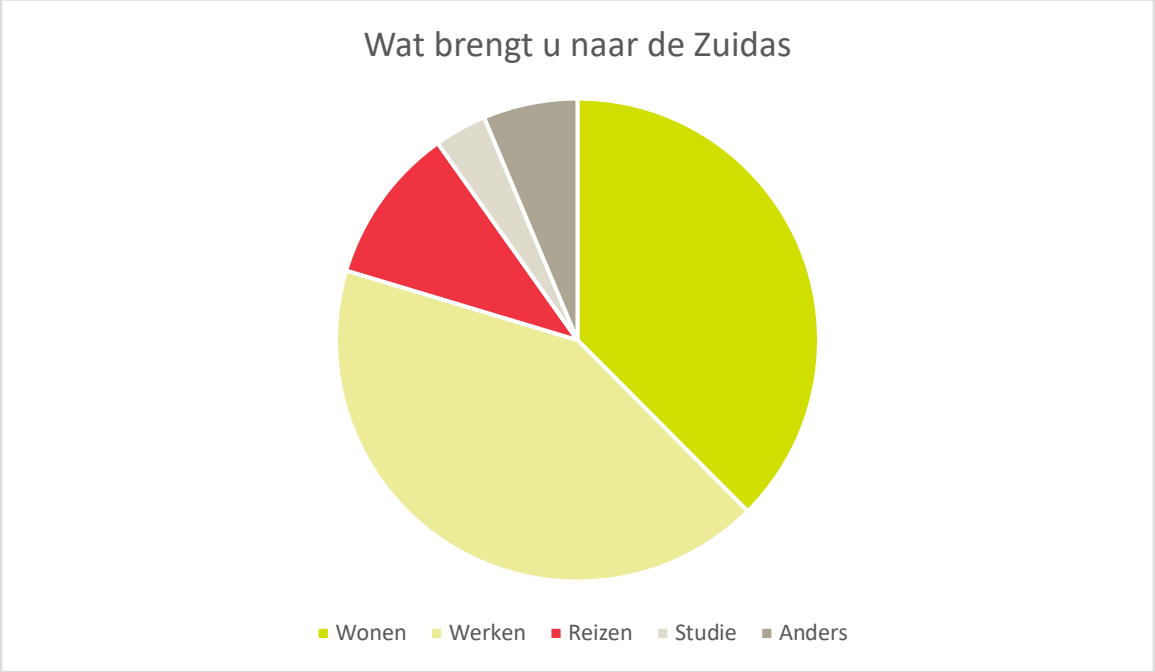

Waardering ambities Masterplan
1. Mix hoog-laag
2. Social Business District
3. Open en groen gebied
4. Groene gevels en daken
5. Biodiversiteit
6. Buurtgerichte voorzieningen
7. Duurzame bereikbaarheid
8. Autoluw gebied
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
Zeer positief
Positief
Neutraal
Negatief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

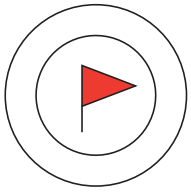
Er is wel zorg over de verhouding tussen bebouwing en open ruimte: "Het kan er snel gaan uitzien als Canary Wharf in Londen. Plukjes (nep)groen die eigenlijk helemaal niet aantrekkelijk zijn om echt te gebruiken." Sommige respondenten pleiten voor meer laagbouw: "Niet nog meer hoogbouw, alleen laag houden"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

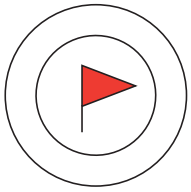
Ruimte voor ontmoeting, culturele functies en publieke voorzieningen

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.

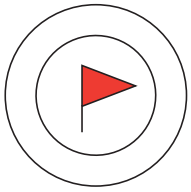
Met ruim 86% zijn verreweg de meeste respondenten positief over groene daken en gevels. De Engelstalige respondenten blijken nog iets enthousiaster dan de Nederlandstalige respondenten en noemen succesvolle internationale voorbeelden. De functionele voordelen worden het meest genoemd in de open antwoorden: "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.

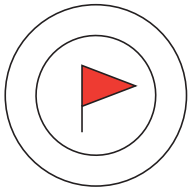
Onder de respondenten is een brede steun voor het bevorderen van biodiversiteit in het plan op de Zuidas. “Goed voor de omgeving!” Ruim 80% van de respondenten beoordeelt deze ambitie als goed tot zeer goed, waarbij meer dan de helft het zelfs als 'zeer goed' bestempelt. Dit weerspiegelt een sterk positieve 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

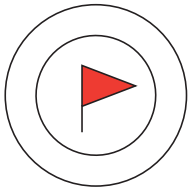
Respondenten reageren verschillend op de huidige parkeersituatie. Betaalbaarheid is een terugkerend thema, met name voor bewoners: "Als bewoner kun je alleen gebruik maken van parkeervoorzieningen in de gebouwen. Deze zijn significant duurder dan vergunningen in de stad." Daarnaast speelt toegankelijkheid 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

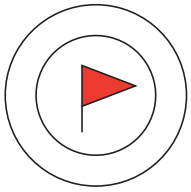
4. Mobiliteit en bereikbaarheid 16

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

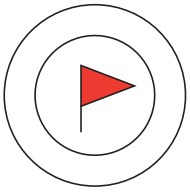
Focusgroepen: constructieve voorstellen voor vertaling van ambities naar realiteit

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.

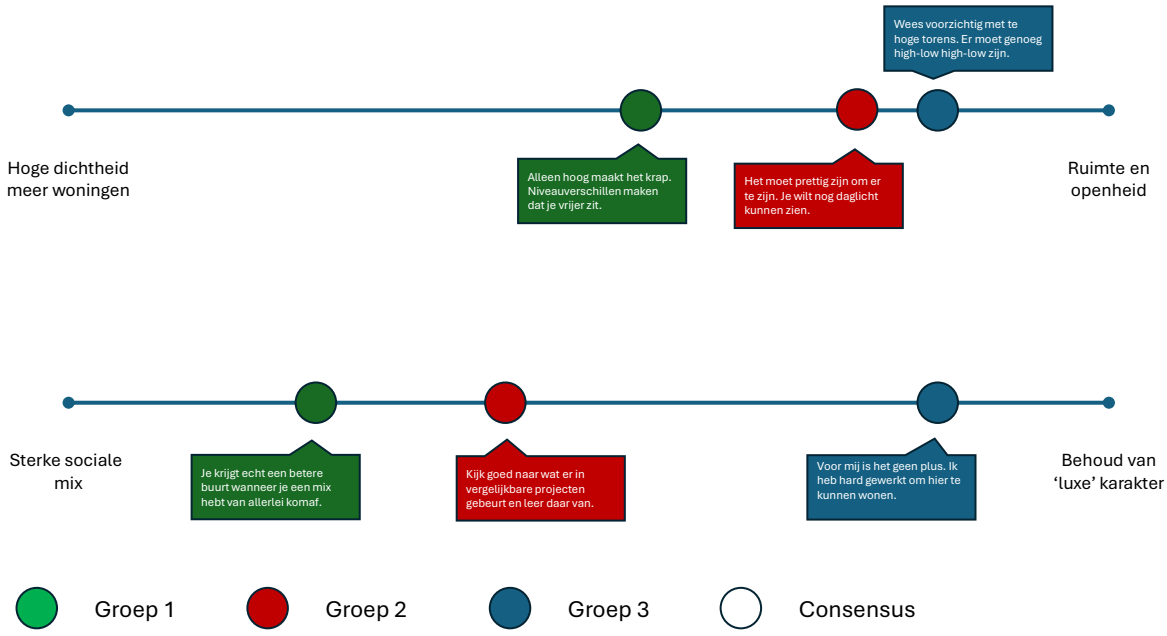
Groep 1: sociaal geëngageerden
De eerste groep bestond sterke overeenkomsten met "Sociaal geëngageerden" (tenderend naar het geel/groen BSR-segment). Het zijn bewoners die al langer in het gebied wonen. Een groep met een praktische instelling en een positieve houding tegenover sociale menging en buurtoriëntatie. 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)

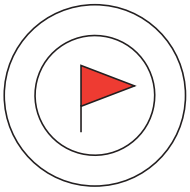
Op dit punt lopen de meningen duidelijk uiteen. Groep 1 staat het meest positief tegenover een sociale mix: "Je krijgt echt een betere buurt omdat je een mix hebt van allerlei komaf." Groep 3, met meer internationale deelnemers, neigt sterk naar behoud van het luxe karakter: "Voor mij is het geen plus. 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.”

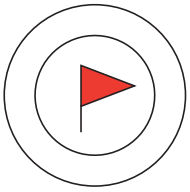
Daarnaast waren er zorgen over onderhoud en praktische knelpunten zoals windoverlast. “Het waait als een gek” en “Je wordt hier drooggeblazen” gaven deelnemers als voorbeelden van hoe onaangenaam de ruimte kan aanvoelen als dit niet goed wordt aangepakt. Het groen is volgens velen alleen aantrekkelijk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

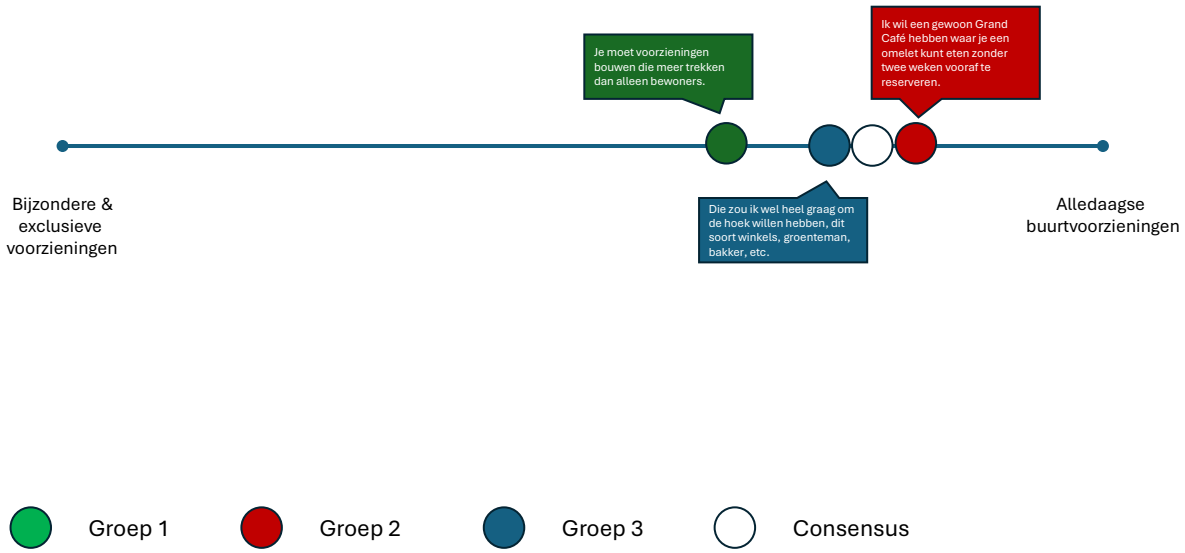
Specifieke elementen roepen verdeeldheid op

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.

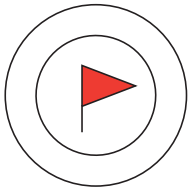
2. Voorzieningen en sociale aspecten



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.

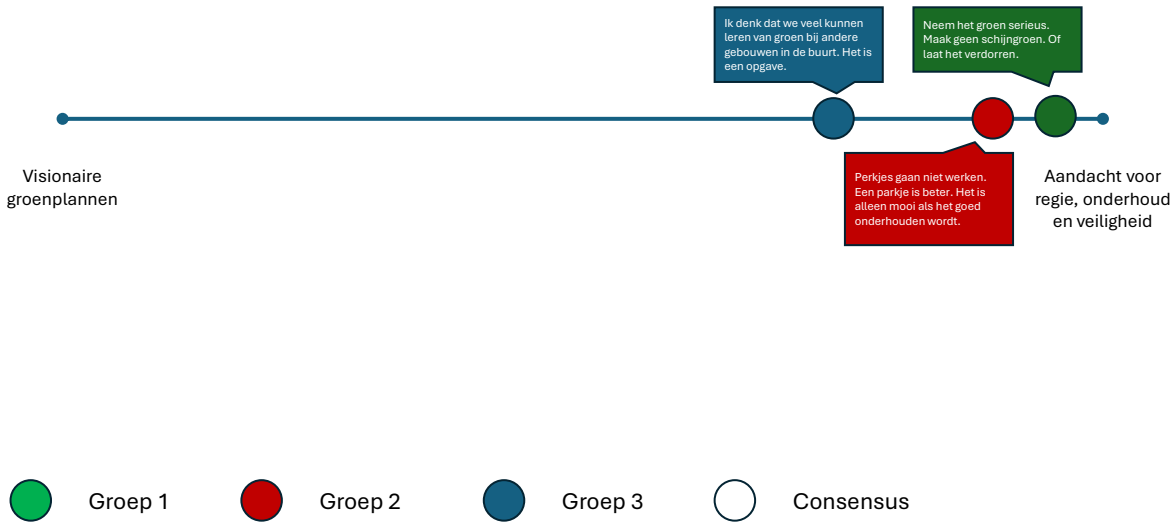
Ruimte voor recreatie en ontmoeting
Naast winkels en horeca was er behoefte aan toegankelijke plekken voor sport, cultuur en ontmoeting. “Iets om te doen, zoals kooklessen of schilderlessen,” zei een deelnemer. Sportvoorzieningen werden gemist, en de huidige opties werden vaak als te duur ervaren. De 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.

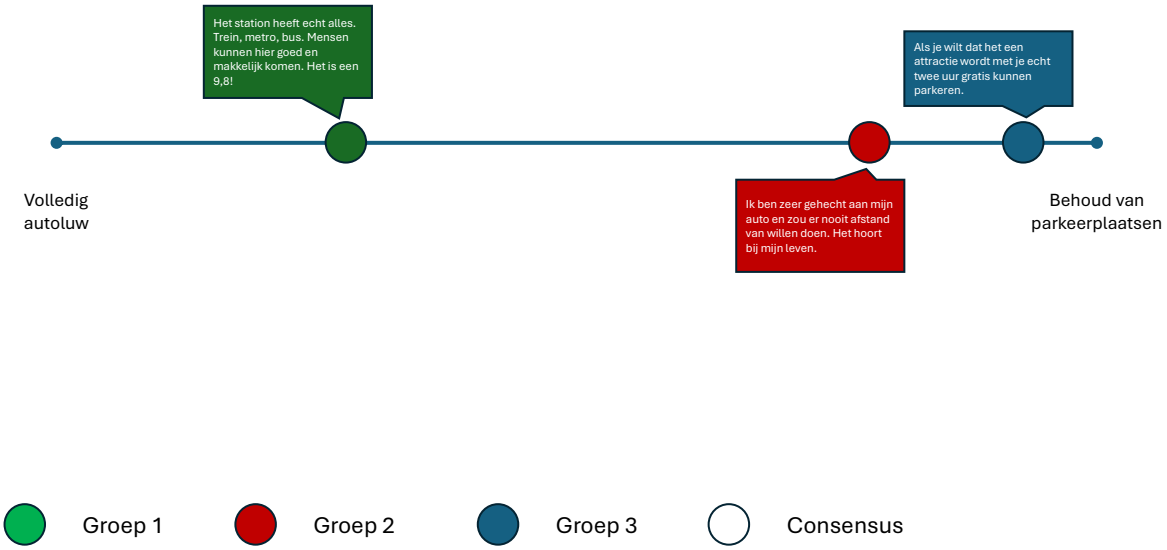
Daktuinen? Liever laag bij de grond
De reacties op daktuinen waren soms kritisch, zeker als ze op grote hoogte zijn gepland. “Waarom zou je op de 22e verdieping op het dak gaan kijken?” vroeg iemand zich af. Anderen noemden ze oncomfortabel: “Je waait gewoon weg. Of je zit in de mist.” Openbaarheid lijkt 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.”

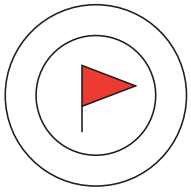
4. Mobiliteit en bereikbaarheid



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.