**DLA Piper Nederland N.V.**
Prinses Amaliaplein 3
1077 XS Amsterdam
Postbus 75258
1070 AG Amsterdam
Nederland
T: +31 20 541 9888
F: +31 20 541 9999
dlapiper.nl

# Memo

Aan College van B&W
Gemeente Amsterdam

Van DLA Piper Nederland N.V.

Datum 7 mei 2025

## Betreft: Nadere toelichting gebruik Omgevingsplan – MT Kalverpassage

Geacht College,

Madame Tussauds ("**MT**") / aanvrager is nog steeds voornemens om het museum Madame Tussauds Amsterdam te verplaatsen van de Dam (Dam 20-21) naar de Kalverpassage (omgeving Kalverstraat 220 e.v.). MT is – ter voorbereiding op deze verplaatsing c.q. deze aanvraag – ook in overleg getreden met uw College van burgemeester & wethouders ("**College**"). Dit heeft geleid tot de formele aanvraag omgevingsvergunning ("**Aanvraag**") die op 27 februari 2025 bij uw College is ingediend om daarmee voornoemde verplaatsing van MT te effectueren en te realiseren.

In het kader van de Aanvraag is er ook een (juridische) onderbouwing/toelichting – in de context van het vigerende (juridische) planologische kader – met uw College gedeeld ten aanzien van het gebruik van MT op de nieuwe locatie (Kalverpassage) (**Bijlage 1**). Dit in het licht van de regeling in het Omgevingsplan (voorheen: '*Bestemmingsplan Winkeldiversiteit*') met betrekking tot het verbod op nieuwe *"bijzondere voorzieningen gericht op entertainment*" binnen het stadscentrum van Amsterdam. MT heeft begrepen dat uw College naar aanleiding van deze toelichting nog vervolgvragen heeft. MT wenst uw College daarom nog van een verdere toelichting te voorzien waarin verder wordt onderbouwd dat MT als een museum kwalificeert, althans geen 'bijzondere voorziening gericht op entertainment' is.

In deze nadere toelichting treft uw College – in navolging van de eerdere toelichting en de presentaties – een (verdere) onderbouwing aan. Dit om aan te tonen dat het gebruik van MT passend is binnen de huidige vigerende planologische kaders ter plaatse van de Kalverpassage en om tevens eventuele zorgen bij uw College over het gebruik door MT weg te nemen, zodat uw College hopelijk op korte termijn tot vergunningverlening over kan gaan.

**advocaten**
**notarissen**
**belastingadviseurs**

**DLA Piper Nederland N.V.** is ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel onder nummer 34207878.

**DLA Piper Nederland N.V.** is onderdeel van DLA Piper, een wereldwijde juridische dienstverlener, die haar diensten verleent door middel van verschillende zelfstandige en afzonderlijke juridische entiteiten.

Een lijst met vestigingen en relevante wet- en regelgeving kan worden ingezien op dlapiper.com.

**Algemeen Telefoonnummer:**
+31 20 541 9888

# 1 Introductie

1.1 De voorgenomen c.q. aangevraagde verplaatsing zorgt ervoor dat MT zich verder kan ontwikkelen als een toekomstbestendig(e) museum/culturele voorziening met een verbeterde bezoekerservaring en ruimere faciliteiten die aansluiten bij de hedendaagse (museale) eisen ten aanzien van toegankelijkheid en innovatie. Daarnaast sluit de verplaatsing van MT naadloos aan bij het streven van de gemeente Amsterdam om cultuur breed toegankelijk te maken, bezoekersstromen op een duurzame wijze te spreiden en een verdere kwaliteitsimpuls te geven aan het aanbod binnen het stadscentrum van Amsterdam.

1.2 De nieuwe locatie zal MT immers nog beter in staat stellen om voornoemde (museale / culturele) aspecten verder te ontwikkelen, te optimaliseren en te accentueren. MT krijgt met deze verplaatsing tevens de kans om haar concept verder te moderniseren en te verbijzonderen om daarmee het culturele aanbod in Amsterdam verder te verbeteren en te ontwikkelen (mede overeenkomstig de voorstellen die door MT in dit kader zijn gedaan). MT zal daarnaast binnen de Kalverpassage als nieuwe culturele / museale '*hotspot*' kunnen fungeren en draagt daarmee bij aan een vitale, diverse en publieksvriendelijke invulling van dit gebied.

1.3 De begoede verplaatsing is dan ook juist in lijn is met het huidige gemeentelijke beleid. MT zal zich immers verplaatsen naar een geschiktere locatie qua spreiding van bezoekers, voorkomen van overlast, en het stimuleren van culturele participatie. MT zal daarnaast haar concept nog verder museaal verzwaren en daarmee wordt bewerkstelligd dat het museumaanbod op de nieuwe locatie wordt versterkt en er daarmee minder nadruk komt op bezoekersattracties. Dit is wat uw College juist ook beoogt (!).

# 2 Juridisch kader

2.1 Wij willen uw College – in het kader van uw afweging – graag nog de volgende aanvullende toelichting bieden om te (kunnen) motiveren dat MT geen 'bijzondere voorziening gericht op entertainment' is. In dit kader wordt een 'bijzondere voorziening gericht op entertainment' als volgt gedefinieerd:

> "*bijzondere voorzieningen die zich richten op de wens van bezoekers tot (smaak)beleving, sensatie en/of (groeps-)entertainment, waarbij het eventuele artistieke, historische of educatieve karakter ondergeschikt is en die zich kenmerken door een bedrijfsvoering met winstoogmerk*."

De planregel bevat in zoverre dus twee cumulatieve voorwaarden: (i) "*(groeps-)entertainment, waarbij het eventuele artistieke, historische of educatieve karakter ondergeschikt is en* (ii) *die zich kenmerken door een bedrijfsvoering met winstoogmerk*." Dit impliceert dat beide voorwaarden in vervulling dienen te gaan alvorens er sprake kan zijn van een '*bijzondere voorziening gericht op entertainment*'".

2.2 In de toelichting bij voornoemd bestemmingsplan – voor zover relevant – wordt ten aanzien van het begrip voorzieningen gericht op entertainment nog het volgende opgemerkt:

> "*Deze bijzondere voorzieningen worden gekenmerkt door beleving, spanning en sensatie. Inzet van proppers, rijvorming op straat en een hoge omzetsnelheid wat betreft bezoekers zijn hierbij veelvoorkomende verschijnselen. Deze voorzieningen hebben doorgaans geen authentieke, maar een speciaal voor de voorziening ontworpen collectie. Het eventuele artistieke, historische of educatieve karakter van dergelijke*

*voorzieningen is ondergeschikt aan het bieden van entertainment en/of productverkoop. De bedrijfsvoering wordt gekenmerkt door winstoogmerk. Tot slot worden dergelijke voorzieningen vaak in meerdere steden gevestigd. Het aanbod is daarmee niet uniek voor en in Amsterdam. Onder bijzondere voorzieningen vallen onder meer musea over drugs, erotiek, en voedsel/drank zoals bier, kaas en stroopwafels. Ook experiences maken deel uit van bijzondere voorzieningen. Hieronder vallen onder meer (thematisch) sensatietheater en (thematische) entertainmentactiviteiten al dan niet voor grotere groepen zoals vrijgezellenfeesten.*"

2.3 Alhoewel MT niet kwalificeert als voorziening gericht op entertainment, wil MT uw College ter achtergrond ook nog wijzen op de mogelijkheid die uw College in dit kader heeft opgenomen:

> *"Gebruiksvormen die verboden zijn op basis van de artikelen 35.2.1 en 35.2.2. De vergunning kan worden verleend indien dit naar het oordeel van burgemeester en wethouders niet leidt tot een onevenwichtig aanbod in een straal van 500 meter. Beoordeeld wordt het reeds aanwezige aantal growshop, headshop, seedshop, smartshop, souvenirwinkel, minisupermarkt, telefoneerinrichting, automatenhallen, geldwisselkantoren, en massagesalons, toeristenwinkel, toeristische dienstverlening, kantoor met baliefunctie gericht op toeristen, eetwinkel en een voorziening gericht op entertainment, alsmede het aandeel horeca en hotels, ten opzichte van het totale aanbod van detailhandel, consumentverzorgende dienstverlening, voorzieningen, horeca en hotels."*

2.4 In de plantoelichting wordt hier het volgende over opgemerkt:

> *"Elke locatie is anders. Daarom moet een op de aanvraag en locatie toegespitste afweging worden gemaakt, waarbij wordt gekeken naar de diversiteit in een straal van 500 meter rondom de locatie van de aanvraag. Met deze omvang kan zowel de specifieke locatie, als de context waarin die locatie zich bevindt worden betrokken in de afweging."*

2.5 Uw College heeft destijds – gelet op deze afwijkingsmogelijkheid – vooral beoogt om tot een meer gebalanceerd aanbod te komen. Er is zoverre dus ook niet per se voorzien in een 'harde stop' (totaal geen nieuwe bijzondere voorzieningen of evenmin een salderingsregeling) maar er is kennelijk enkel door de planwetgever beoogt om een 'evenwichtig aanbod in een straal van 500 meter' rond (in casu) de Kalverpassage te borgen. In het kader van de Aanvraag kan – ondanks dat MT niet kwalificeert als een 'voorziening gericht op entertainment – verder worden aangegeven dat de voorziene verplaatsing zal leiden tot een gevarieerd en gebalanceerd aanbod binnen de Kalverpassage maar ook binnen een straal van 500 meter. Dit aangezien er binnen deze reikwijdte geen sprake is van een onevenwichtig aanbod. De Aanvraag c.q. verplaatsing van MT zal juist leiden tot een evenwichtigere spreiding van (museale) activiteiten binnen het centrum.

## 3 Madame Tussauds

*Museumfunctie*

3.1 MT is – zoals eerder reeds meermaals is aangegeven en toegelicht – een museum, althans in ieder geval geen 'voorziening gericht op entertainment'. MT is overeenkomstig haar statuten en KvK-registratie immers ook als museum opgericht en geregistreerd (**Bijlage 2**).

3.2 Daarbij is het "*artistieke, historische of educatieve karakter*" niet ondergeschikt aan entertainment bij MT, zoals hieronder nader zal worden toegelicht.

3.3 In dit kader wijst MT ter verdere toelichting voorts – in navolging van de eerdere presentatie (**Bijlage 3**) – nog op het volgende:

- Collectiebeheer

    - De wassenbeelden worden volledig met de hand vervaardigd, een proces dat gemiddeld negen (9) maanden duurt, en waarbij meerdere ambachten betrokken zijn (beeldhouwkunst, kleur, kostuumontwerp).

    - Er is sprake van intensief vooronderzoek en documentatie (bij levende personen gebeurt dit in samenwerking met hen zelf en bij overleden – voor zover – personen met hun erfgenamen).

    - De kledingstukken en attributen zijn vaak authentiek en historisch waardevol en maken deel uit van een bredere collectie/archief.

    - De fysieke verzorging, bewaring en registratie van de beelden en bijbehorende objecten gebeurt volgens museale standaarden, met aandacht voor conservering, klimatologische omstandigheden en materiaalbehoud.

  MT onderzoekt daarnaast structurele samenwerking met Amsterdamse instellingen zoals het Stadsarchief, Amsterdam Museum of Allard Pierson, gericht op kennisdeling en gezamenlijke publieksprogramma's.

- Educatieve karakter (niet-ondergeschikt):

    - De nadruk op educatie, gezinsvriendelijkheid en maatschappelijke thema's sluit aan bij de bredere doelstellingen van de gemeente Amsterdam om cultuur toegankelijk te maken voor een divers en inclusief publiek.

    - MT is publiek en educatief georiënteerd, gericht op maatschappelijke waarde, niet alleen op winst.

    - MT organiseert educatieve programma's (bijv. Magic Wand voor zieke kinderen, stages).

    - De bezoekers leren via diverse Nederlandse en Engelse media die aanwezig zijn in het museum door de wassenbeelden en hun context over historische figuren/thema's, kunst, en maatschappelijke thema's.

    - De publiekswerving is primair gericht op gezinnen, jongeren en cultuurinteresse, niet op sensatiezoekende toeristen.

  Deze aspecten zouden ook verder geïntensiveerd kunnen worden door verdere samenwerkingen tussen MT en Amsterdamse onderwijs- en stage-instellingen door in te zetten op verdere culturele participatie voor kinderen/jongeren, waarvoor dergelijke (museum)bezoeken minder vanzelfsprekend zijn of dit een eerste laagdrempelig (mmuseum)bezoek dicht bij hun belevingswereld kan zijn.

- Bezoekersprofiel

    - MT is qua bezoekersprofiel vergelijkbaar met andere musea en trekt vooral gezinnen, (school)groepen, en jonge stellen en dus geen overlastgevende (toeristen)groepen (zoals bijvoorbeeld: vrijgezellenfeesten). Uit merkonderzoek blijkt MT sterker te scoren op kindvriendelijkheid dan veel andere reguliere musea.

    - De gemiddelde bezoekduur is vergelijkbaar met musea als Van Gogh of Anne Frank Huis (~1 uur).

- Omgeving

    - Tijdens de informatieavond van 12 februari 2025 uitten zowel bewoners als ondernemers hun enthousiasme over de komst van MT. Deze steun uit de directe omgeving onderstreept de maatschappelijke inbedding en het draagvlak voor MT en de nieuwe locatie (**Bijlage 4**).

- Publieksperceptie

    - Dit wordt ondersteund c.q. onderschreven – zoals eerder aangegeven – door media-uitingen en de publieksonderzoeken die allen aantonen dat MT (ook) in de perceptie van bezoekers een museum is (**Bijlage 3**) en dus geen 'voorziening gericht op entertainment'.

    - Andere vestigingen van MT in wereldsteden functioneren in een culturele context en worden daar regelmatig aangemerkt als “museum” in overheidsdocumentatie.

    - MT voldoet overigens ook aan de definitie van een 'museum' in de Van Dale (ergo: normale spraakgebruik): "gebouw waarin voorwerpen van kunst of wetenschap worden tentoongesteld.” MT voldoet hieraan door ambachtelijk vervaardigde, artistiek-inhoudelijke wassenbeelden in een (museale / educatieve) context ten toon te stellen.

3.4 MT is weliswaar een commercieel museum (evenals vele andere musea), maar de bedrijfsvoering is niet zonder meer "*een bedrijfsvoering met winstoogmerk"* (voor zover dit nog relevant is nu reeds niet aan de eerste voorwaarde wordt voldaan door MT).[1] Dit aspect is overigens meerdere uitleg vatbaar, nu veel andere musea een (boekhoudkundig) onderscheid maken tussen het collectiebeheer (zonder winstoogmerk) enerzijds en de exploitatie anderzijds (met winstoogmerk) terwijl dit alles wel onder hetzelfde dak gebeurt met uiteindelijk dezelfde begunstigde(n).

3.5 Deze aspecten tonen aan dat MT wezenlijk verschilt van de definitie van een 'voorziening gericht op entertainment'. Het feit dat MT, naast de museale en educatieve ook aspecten van entertainment en commercie in haar bedrijfsvoering combineert en elkaar laat versterken, dient niet te leiden tot de conclusie dat MT daarmee een 'voorziening gericht op entertainment' is. Voor de meeste musea gaat dit immers ook op (sterker nog: musea hebben dit zelfs nog om een exploitatie rond te kunnen krijgen).

---

[1] Diverse musea met een interactieve en commerciële insteek zijn wél erkend als musea: Space Expo, Nijntje Museum, Beeld & Geluid, Eye Filmmuseum, Philips Museum.

*Evenwichtig aanbod*

3.6 MT wenst verder nog op te merken dat de nieuwe locatie, ongeacht of MT als museum of voorziening gericht op entertainment moet worden gezien, hoe dan ook zal bijdragen aan evenwichtig aanbod en diversifiëring van het aanbod op zowel de oude als nieuwe locatie. Op de oude locatie zal – door het feitelijk vertrek van MT en de ligging van MT ten opzichte van de opgesomde voorzieningen – een evenwichtigere invulling ontstaan. Op de nieuwe locatie is MT zonder meer passend nu de diversiteit ter plaatse geborgd blijft – in het licht van de omliggende voorzieningen – door de toevoeging van MT (sterker nog: MT vormt hier juist een hele goede aanvulling). Op de nieuwe locatie binnen de Kalverpassage zal dus geen sprake zijn van een onevenwichtig aanbod.

*Precedentwerking*

3.7 MT meent dat – gelet op haar bijzondere positie en exploitatie – er geen sprake kan zijn van precedentwerking. MT is immers geen 'bijzondere voorziening gericht op entertainment' maar een museum. Dit betekent dat iedere andere activiteit / voorziening die hier ook aan voldoet ook geen 'bijzondere voorziening gericht op entertainment' kan zijn en derhalve kan er dus geen sprake zijn van precedentwerking.

3.8 De invulling van de definitie van deze planregel wordt ook niet nodeloos opgerekt of vervaagd. MT kan immers duidelijk en objectief motiveren waarom MT kwalificeert als een museum vanwege de bijzondere aard van MT als wassenbeelden museum, waarbij 'echte' wassenbeelden historische en culturele gebeurtenissen/aspecten tot leven worden gebracht. Hier zullen andere voorzieningen dan ook niet snel tot instaat zijn, tenzij deze activiteiten – net als MT – ook daadwerkelijk kunnen aantonen dat zij een museum zijn. MT is in zoverre dan ook een uniek geval met een uniek museaal aanbod en van precedentwerking kan/zal aldus geen sprake zijn.

## 4 Conclusie

4.1 MT voldoet aan zowel de cultureel-inhoudelijke, juridisch-planologische, als maatschappelijke kenmerken van een museum. De kenmerken uit de gemeentelijke definitie van “toeristische attractie” c.q. "voorziening gericht op entertainment" zijn onvoldoende van toepassing, of zijn op zijn minst niet doorslaggevend. MT moet/kan dan ook planologisch als museum worden erkend en ter plaatse worden bestemd/ingepast.

4.2 Uw College is – gelet op vorenstaande verdere motivering/onderbouwing en in het kader van deze Aanvraag – dan ook zonder meer in de positie om dit gebruik als passend te beoordelen binnen de vigerende planologische kaders. Wij menen daarom nog steeds dat de verplaatsing van MT naar de Kalverpassage niet alleen zorgt voor een toekomstbestendige exploitatie van MT maar tevens zal zorgen voor een (culturele) kwaliteitsimpuls voor het stadscentrum van Amsterdam en een revitalisatie van de Kalverstraat, welke de diversiteit en samenwerking met winkels en het cultureel profiel van dit gebied zal versterken.

4.3 MT is vanzelfsprekend bereid om met uw College nadere contractuele afspraken te maken ter (verdere) waarborging van het museale karakter en het publieke en educatieve profiel van de voorziening ter plaatse van de Kalverpassage. Dit zou, indien gewenst, bijvoorbeeld kunnen worden vastgelegd in een overeenkomst of instandhoudingsverplichting, passend binnen het huidige gemeentelijke beleid.

4.4 Tenslotte wil MT nog ten zeerste benadrukken dat deze Aanvraag bepalend is voor de toekomst van MT binnen Amsterdam. MT zou haar aanwezigheid (sinds 1970(!)) graag voortzetten maar een weigering van deze Aanvraag zou mogelijk het einde van MT in Amsterdam kunnen betekenen. Een herlocatie is niet alleen gewenst om het (museale) concept van MT verder te kunnen optimaliseren en bij te dragen aan de beleidsdoelen van de gemeente ten aanzien van spreiding van activiteiten (zoals musea), maar is ook absoluut cruciaal voor het voortbestaan van MT (geen locatie is immers geen MT). MT meent dan ook dat uw College dit aspect nadrukkelijk in uw belangenafweging zou moeten betrekken.

Wij hopen dat uw College spoedig zal besluiten tot verlening van de omgevingsvergunning op basis van deze Aanvraag. Daarbij is van belang dat MT contractueel helaas genoodzaakt is om uiterlijk deze maand (mei 2025) concreet zicht te krijgen op de gewenste verhuizing naar de Kalverpassage, dan wel – bij gebreke daarvan – te moeten kiezen voor een andere richting, waaronder – zoals gezegd – een mogelijk einde van MT in Amsterdam. Daarom wil MT uw College met klem verzoeken om voor 21 mei a.s. op schrift een indicatief uitsluitsel te geven over de (voorgenomen) inhoudelijke beoordeling van de Aanvraag. Dit zodat MT uiterlijk 21 mei a.s. weet waar MT aan toe is.

Alvast dank voor uw reactie en wij zijn uiteraard – indien gewenst – beschikbaar voor een verdere toelichting.

Hoogachtend,
namens MT,

**DLA Piper Nederland N.V.**

# Bijlage 1: Juridische onderbouwing gebruik van MT

**DLA Piper Nederland N.V.**
Prinses Amaliaplein 3
1077 XS Amsterdam
Postbus 75258
1070 AG Amsterdam
Nederland
T: +31 20 541 9888
F: +31 20 541 9999
dlapiper.nl

# Memo

Aan College van B&W
Gemeente Amsterdam

Van DLA Piper Nederland N.V.

Datum 27 februari 2025

## Betreft: Toelichting Gebruik Omgevingsplan – MT Kalverpassage

Geacht College,

Madame Tussauds ("**MT**") / aanvrager is voornemens om het museum Madame Tussauds Amsterdam te verplaatsen van de Dam (Dam 20) naar de Kalverpassage (omgeving Kalverstraat 220 e.v.). MT is – ter voorbereiding op deze verplaatsing c.q. deze aanvraag – ook in overleg getreden met uw College van burgemeester & wethouders ("**College**"). Dit heeft geleid tot deze formele aanvraag omgevingsvergunning ("**Aanvraag**") om daarmee voornoemde verplaatsing van MT te effectueren en te realiseren.

Uw College heeft eerder aangegeven dat u een constructieve houding wil aannemen met betrekking tot deze Aanvraag c.q. de verplaatsing van MT, maar dat uw College nog wel graag een (juridische) onderbouwing – in de context van het vigerende (juridische) planologische kader – wenst ten aanzien van het gebruik van MT op de nieuwe locatie (Kalverpassage). Dit met name in het licht van de regeling in het Omgevingsplan (voorheen: '*Bestemmingsplan Winkeldiversiteit*') met betrekking tot het verbod op nieuwe *"bijzondere voorzieningen gericht op entertainment*" binnen het centrum van Amsterdam. MT heeft uw College eerder door middel van een presentatie (**Bijlage 1**) aangegeven dat MT *niet* als zodanig kwalificeert, omdat MT een museum is, althans geen 'bijzondere voorziening gericht op entertainment'.

In dit memo treft uw College – in navolging van de eerdere overleggen en de presentatie – echter de gevraagde (verdere) onderbouwing aan. Dit om aan te tonen dat het gebruik van MT passend is binnen de huidige vigerende planologische kaders ter plaatse van de Kalverpassage en eventuele zorgen bij uw College over het gebruik door MT weg te nemen, zodat uw College hopelijk tot vergunningverlening over kan gaan.

**advocaten**
**notarissen**
**belastingadviseurs**

**DLA Piper Nederland N.V.** is ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel onder nummer 34207878.

**DLA Piper Nederland N.V.** is onderdeel van DLA Piper, een wereldwijde juridische dienstverlener, die haar diensten verleent door middel van verschillende zelfstandige en afzonderlijke juridische entiteiten.

Een lijst met vestigingen en relevante wet- en regelgeving kan worden ingezien op dlapiper.com.

**Algemeen Telefoonnummer:**
+31 20 541 9888

# 1 Introductie & Achtergrond

1.1 De oorsprong van MT gaat terug tot het ambacht van Marie Tussaud in de late 18e eeuw. De traditie van vakmanschap en educatie is nog steeds sterk verweven met de huidige opzet van het museum. MT is inmiddels reeds 54 jaar een gevestigde (culturele) voorziening / museum in de binnenstad van Amsterdam en is ook als zodanig opgericht overeenkomstig haar statuten en haar KvK-registratie. Sinds de opening in 1970 heeft het museum zich ontwikkeld tot een toonaangevende (culturele) instelling met een breed maatschappelijk en cultureel belang. De collectie van MT Amsterdam omvat meer dan 200 wassenbeelden van zowel historische als hedendaagse figuren, die een onmiskenbare impact hebben gehad op de Nederlandse en internationale samenleving. MT biedt bezoekers een interactieve en educatieve ervaring, waarbij kunst, cultuur en geschiedenis op een toegankelijke manier worden gepresenteerd aan een divers (lokaal) publiek. MT is daardoor een museum / bijzondere voorziening in haar aard, naam en in de perceptie van het publiek (zie ook: **Bijlage 1**).

1.2 De voorgenomen c.q. aangevraagde verplaatsing zorgt ervoor dat MT zich verder kan ontwikkelen als een toekomstbestendig(e) museum/culturele voorziening met een verbeterde bezoekerservaring en ruimere faciliteiten die aansluiten bij de hedendaagse (museale) eisen ten aanzien van toegankelijkheid en innovatie. Daarnaast sluit de verplaatsing van MT naadloos aan bij het streven van de gemeente Amsterdam om cultuur breed toegankelijk te maken, bezoekersstromen op een duurzame wijze te spreiden en een verdere kwaliteitsimpuls te geven aan het aanbod binnen het stadscentrum van Amsterdam.

# 2 Juridisch kader

2.1 De Aanvraag dient voor wat betreft het gebruik getoetst te worden aan het Omgevingsplan. Deze toetsing dient in beginsel plaats te vinden op basis van de letterlijke interpretatie van de gebruiks- planregel zelf. Een uitleg aan de hand van de toelichting bij het plan is daarbij in principe niet bindend en kan – bij onduidelijkheid – mogelijk enkel als hulpmiddel dienen bij de interpretatie / uitleg van de betreffende planregel.

*Omgevingsplan Kalverpassage (Bestemmingsplan Postcodegebied 1012)*

2.2 Het Omgevingsplan (voormalige bestemmingsplan: *'Postcodegebied 1012'*) dat ter plaatse van de Kalverpassage vigeert, staat onder de bestemming 'centrum' 'voorzieningen' toe (artikel 3.1 onder d):

> *"Voorzieningen met inbegrip van additionele horeca, met uitzondering van kinderdagopvang en met uitzondering van automatenhallen, en met inachtneming van het bepaalde in de artikelen 3.5.2 en 3.6.1" (maximering metrage zoals onderstaand genoemd).*

In dit kader zijn 'voorzieningen' vervolgens gedefinieerd als (artikel 1.61)*:*

> *"Voorzieningen die voorzien in een basisbehoefte zoals onderwijs, gezondheidszorg, politie/brandweer en welzijnsvoorzieninggen (openbare voorzieningen) **en** bijzondere voorzieningen zoals sport-, recreatieve en culturele voorzieningen. Voorzieningen kunnen zowel commercieel zijn als niet-commercieel".*

2.3 MT kwalificeert – gelet op vorenstaande – zonder meer als zodanig en kan in ieder geval als 'voorziening' worden aangemerkt en is daarmee voor wat betreft het gebruik ook passend binnen deze planregel.

*Omgevingsplan Kalverpassage (Bestemmingsplan Winkeldiversiteit)*

2.4 Het Omgevingsplan (voormalige bestemmingsplan: '*Winkeldiversiteit')* bevat echter een verbod om gronden en/of bouwwerken ter plaatse van Kalverpassage te gebruiken ten behoeve van: "*een toeristenwinkel, toeristische dienstverlening, kantoor met baliefunctie gericht op toeristen, eetwinkel en een voorziening gericht op entertainment*". Dit verbod beperkt dus het voornoemde toegestane gebruik als '(bijzondere) voorziening', indien sprake is van een *'bijzondere voorziening gericht op entertainment'.*

2.5 In dit kader wordt een 'bijzondere voorziening gericht op entertainment' als volgt gedefinieerd:

> "*bijzondere voorzieningen die zich richten op de wens van bezoekers tot (smaak)beleving, sensatie en/of (groeps-)entertainment, waarbij het eventuele artistieke, historische of educatieve karakter ondergeschikt is en die zich kenmerken door een bedrijfsvoering met winstoogmerk*."

De planregel bevat in zoverre dus twee cumulatieve voorwaarden: (i) "*(groeps-)entertainment, waarbij het eventuele artistieke, historische of educatieve karakter ondergeschikt is en* (ii) *die zich kenmerken door een bedrijfsvoering met winstoogmerk*." Dit impliceert dat beide voorwaarden in vervulling dienen te gaan alvorens er sprake kan zijn van een '*bijzondere voorziening gericht op entertainment*'".

2.6 In de toelichting bij voornoemd bestemmingsplan – voor zover relevant – wordt ten aanzien van het begrip voorzieningen gericht op entertainment nog het volgende opgemerkt:

> "*Deze bijzondere voorzieningen worden gekenmerkt door beleving, spanning en sensatie. Inzet van proppers, rijvorming op straat en een hoge omzetsnelheid wat betreft bezoekers zijn hierbij veelvoorkomende verschijnselen. Deze voorzieningen hebben doorgaans geen authentieke, maar een speciaal voor de voorziening ontworpen collectie. Het eventuele artistieke, historische of educatieve karakter van dergelijke voorzieningen is ondergeschikt aan het bieden van entertainment en/of productverkoop. De bedrijfsvoering wordt gekenmerkt door winstoogmerk. Tot slot worden dergelijke voorzieningen vaak in meerdere steden gevestigd. Het aanbod is daarmee niet uniek voor en in Amsterdam. Onder bijzondere voorzieningen vallen onder meer musea over drugs, erotiek, en voedsel/drank zoals bier, kaas en stroopwafels. Ook experiences maken deel uit van bijzondere voorzieningen. Hieronder vallen onder meer (thematisch) sensatietheater en (thematische) entertainmentactiviteiten al dan niet voor grotere groepen zoals vrijgezellenfeesten.*"

2.7 MT merkt daarbij overigens nog op dat MT onterecht in het voornoemde bestemmingsplan als voorbeeld van een 'op entertainment gerichte voorziening' is opgenomen. Dit aangezien MT nu juist als museum c.q. recreatieve / culturele voorziening kwalificeert en MT dus – destijds – per

abuis door de planwetgever als voorbeeld is opgenomen.[1] In zoverre dient aan dit voorbeeld dan ook geen waarde te worden gehecht.

## 3 Madame Tussauds

*Toepassing planregel*

3.1 In het onderhavige geval is – gelet op de (vereiste) letterlijke uitleg van de planregel – *geen* sprake van een bijzondere voorziening gericht op entertainment. Dit aangezien het "*artistieke, historische of educatieve karakter*" niet ondergeschikt is bij MT. MT is weliswaar een commercie(e)l(e) museum / voorziening (evenals vele andere musea ), maar de bedrijfsvoering is niet *sec* gericht op "*een bedrijfsvoering met winstoogmerk*" (voor zover dit nog relevant is nu reeds niet aan de eerste voorwaarde wordt voldaan door MT).

3.2 In dit kader wijst MT ter toelichting namelijk – in navolging van de eerdere presentatie (**Bijlage 1**) – nog op het volgende:

- Educatieve karakter: De primaire functie van MT is het vertellen van verhalen over de hedendaagse samenleving en het daardoor bespreekbaar maken van maatschappelijke thema's (welke ook worden vervat in educatieve programma's). Bezoekers worden namelijk geïnformeerd over de samenleving om hen heen door middel van de maatschappelijke waarden waar de betreffende / gecureerde personen (wassenbeelden) voor staan (zoals bijvoorbeeld: Nikkie Tutorials, Freddy Mercury, Majoor Bosshardt). De collectie etaleert daardoor actuele (maatschappelijke) gebeurtenissen, diversiteit in kleur, afkomst en seksualiteit om waarmee maatschappelijke thema's (tastbaar) worden geïllustreerd en bespreekbaar worden gemaakt. Daarbij heeft de aanpak van MT een sterke aantrekkingskracht op Nederlandse bezoekers door de Nederlandse personen/wassenbeelden en cultuur. Dit stelt MT in staat om op een laagdrempelige wijze maatschappelijke thema's te belichten (met name ook voor een jongere doelgroep).

- Artistiek karakter: De collectie wordt zorgvuldig samengesteld en gepland op basis van (lokale) culturele trends en ontwikkelingen. De wassenbeelden zijn daarbij een ambachtelijke (handgemaakte) kunstvorm en zeker geen "*one size fits all*". Dit vormt dus wel degelijk een artistieke kunstvorm, waarbij een negen tot twaalf maanden durende vervaardiging plaatsvindt en meerdere disciplines samenwerken om tot een realistisch en artistiek resultaat / werk te komen.

- Historische karakter en Collectie: Voor elk wassenbeeld wordt voorafgaand intensief achtergrondonderzoek gedaan en uitgebreide documentatie vastgelegd (mede in het licht van het educatieve / artistieke karakter en het 'verhaal' dat MT wil vertellen met de collectie / expositie). De totstandkoming van een wassenbeeld vindt altijd plaats in nauwe samenwerking met de persoon zelf of, in het geval van overleden figuren, met hun nabestaanden. De collectie gaat verder dan de beelden alleen. Veel van de gebruikte kledingstukken zijn authentiek en direct afkomstig van de afgebeelde personen, wat de beelden nog unieker maakt. Alle correspondentie wordt zorgvuldig gedocumenteerd en toegevoegd aan de (museum)collectie. Het archief bevat daarom

---

[1] MT heeft – nu haar gebruik ter plaatse van Dam 21 werd geëerbiedigd – destijds geen aanleiding gezien dit abusievelijke opgenomen voorbeeld te (laten) corrigeren.

veel historische documentatie en originele stukken. Het archief van Madame Tussauds bevat hierdoor een schat aan correspondentie en objecten van onschatbare culturele, historische en financiële waarde. Dit vormt een essentieel onderdeel van het collectiebeheer dat door MT wordt gedaan en van het (educatieve en artistieke) concept van MT. De collectie wordt dan ook nauwgezet en actief bewaard en gecureerd.

3.3 Uit het vorenstaande kan reeds worden afgeleid dat het artistieke, historische of educatieve karakter zeker niet ondergeschikt is en MT, nu er immers juist – vergelijkbaar aan andere musea / (culturele) voorzieningen – sprake is van een educatief en artistiek karakter en er tevens sprake is van actief en specifiek (lokaal) collectiebeheer. MT is aldus dus ook geen *'bijzondere voorziening gericht op entertainment'* en daarmee planologisch toelaatbaar ter plaatse van de Kalverpassage. De nieuwe locatie zal MT daarbij nog beter in staat stellen om voornoemde (museale / culturele) aspecten nog verder te ontwikkelen en te accentueren.

*Toelichting*

3.4 Het is op basis van de planregel reeds duidelijk is dat het concept / gebruik van MT nu, maar ook zeker in de toekomst (met een verdere optimalisering van het museale concept van MT), niet als een "*bijzondere voorziening gericht op entertainment*" kwalificeert. In zoverre speelt de niet-bindende toelichting dus eigenlijk geen rol meer bij de uitleg van voornoemde planregel. MT merkt desalniettemin op dat de diverse voorbeelden / criteria die genoemd worden in de toelichting bij de betreffende planregel tevens geenszins van toepassing zijn op MT. Hiervoor geldt namelijk – zeker ter plaatse van de nieuwe locatie en op basis van de vernieuwde formele – dat:

- Inzet van proppers: MT maakt geen gebruik van proppers.

- Rijvorming op straat: de rijvorming voor de nieuwe locatie MT zal volledig inpandig plaatsvinden en hier is dus geen sprake van met betrekking tot MT.

- Hoge omzetsnelheid: hiervan is geen sprake, althans niet in afwijkende mate ten opzichte van andere (culturele) voorzieningen en/of musea (de omzetsnelheid / duur bezoek is bijvoorbeeld vergelijkbaar met het Van Gogh en Anne Frank Huis) (zie hiervoor: **Bijlage 1**).

- Geen authentieke maar een speciaal voor de voorziening ontworpen collectie: De collectie van MT is authentiek. De collectie is weliswaar speciaal voor MT gemaakt (dit is inherent aan een wassenbeelden museum) maar wel specifiek voor MT Amsterdam gecureerd en samengesteld. De wassenbeelden worden speciaal voor het museum in Amsterdam ontworpen, maar de kledingstukken en andere rekwisieten zijn veelal afkomstig van de afgebeelde personen en vormen een unieke collectie. Daarnaast bestaat de collectie uit de speciaal / unieke wassenbeelden voor MT Amsterdam maar andere authentieke historische en/of artistieke elementen vormen evenzeer onderdeel van de collectie c.q. behoren tot het collectiebeheer van MT.

- Vestiging in meerdere steden: MT is weliswaar in meerdere steden buiten Nederland gevestigd maar dit geldt ook voor vele andere internationale musea. Dit maakt dus ook niet dat daarmee gelijk sprake is van een 'voorziening gericht op entertainment'. Dit criterium in de toelichting is in zoverre dan ook arbitrair. Daarnaast heeft MT Amsterdam een nadrukkelijk eigen lokaal afgestemde collectie. Het aanbod aan beelden in de individuele musea is dus wel degelijk uniek en lokaal van aard. Dit geldt ook qua collectiebeheer. Het aanbod – ondanks de internationale naam – is dus uniek voor Amsterdam.

3.5 In de toelichting worden tevens de volgende voorbeelden genoemd als bijzondere voorzieningen: "*musea over drugs, erotiek, en voedsel/drank zoals bier, kaas en stroopwafels*". Het moge duidelijk zijn dat geen van deze – door planwetgever – genoemde voorbeelden van toepassing is op MT en daarmee andermaal duidelijk is dat MT niet onder deze definitie begrepen dient te worden.

## 4 Participatie

4.1 Uit het participatietraject dat is doorlopen ten behoeve van de verplaatsing van MT naar de Kalverpassage lijkt ook zeker te volgen dat er bij de (aanwezige) betrokkenen draagvlak is voor deze verplaatsing. Wij verwijzen in dit kader dan ook naar het participatieverslag behorend bij deze Aanvraag.

## 5 Conclusie

5.1 MT was al een Amsterdams museum / (culturele) voorziening voordat iedere discussie over toerisme in Amsterdam ontstond. MT is inderdaad een uniek(e) voorziening / museum. Dit maakt echter niet gelijk dat MT kwalificeert als een 'voorziening gericht op entertainment'. MT wijkt in haar exploitatie immers geenszins af van andere bijzondere (culturele) voorzieningen en/of musea. Er zijn namelijk meer musea / bijzondere (culturele) voorzieningen met bijzondere collecties met een bedrijfsmatig karakter (voorbeelden: Moco, Next, Louwman). MT kwalificeert – in het licht van vorenstaande – dan ook niet als een verboden "voorziening gericht op entertainment'. Het voorziene gebruik van MT ter plaatse van de Kalverpassage is in zoverre dan ook zonder meer planologisch passend.

5.2 MT wordt daarnaast op de nieuwe locatie nog beter in staat gesteld om haar museale / culturele taakstelling/concept verder te ontwikkelen, optimaliseren en verbeteren en dit nog nadrukkelijker naar voren te brengen bij het publiek. MT krijgt met deze verplaatsing voorts de kans om haar concept verder te moderniseren en te verbijzonderen om daarmee het culturele aanbod in Amsterdam verder te verbeteren en te ontwikkelen (mede overeenkomstig de voorstellen die door MT in dit kader zijn gedaan). MT verwijst hiervoor ook naar de initiatieven hieromtrent uit haar presentatie (**Bijlage 1**).

5.3 MT wenst daarbij ook haar maatschappelijke betrokkenheid in Amsterdam nog nadrukkelijker te bestendigen, doordat er ruimte gecreëerd wordt voor maatschappelijke functies in de Kalverpassage en er verdere samenwerkingen aangegaan worden met onderwijsinstellingen en andere culturele instellingen en/of (museale) collecties. De verplaatsing van MT is daarnaast ook in lijn met het doel van het beleid van uw gemeente, nu het stadscentrum meer wordt ontzien en het Kalverpassage-gebied juist een impuls krijgt door meer (beheersbare) bedrijvigheid. Deze wens en positieve ontwikkeling wordt overigens tevens onderschreven door directe betrokkenen (zie: het participatieverslag).

5.4 Uw College is – gelet op vorenstaande motivering/onderbouwing en in het kader van deze Aanvraag – dan ook zonder meer in de positie om dit gebruik als passend te beoordelen binnen de vigerende planologische kaders. Dit geldt temeer nu er uit het participatieproces ook geen significante bezwaren hieromtrent zijn geuit. Wij menen daarom dat de verplaatsing van MT naar de Kalverpassage niet alleen zorgt voor een toekomstbestendige exploitatie van MT maar tevens zal zorgen voor een (culturele) kwaliteitsimpuls voor het stadscentrum van Amsterdam.

Wij hopen dan ook dat uw College spoedig zal besluiten tot verlening van de omgevingsvergunning op basis van deze Aanvraag. Wij zijn uiteraard – indien gewenst – beschikbaar voor een verdere toelichting.

Hoogachtend,
namens MT,

**DLA Piper Nederland N.V.**

**Bijlage 1**

Madame Tussauds

AMSTERDAM

# Geschiedenis van Madame Tussauds in Amsterdam

Het museum verhuist naar de huidige locatie op de Dam




**2007 – heden:** Madame Tussauds gaat samenwerkingen aan met andere culturele instellingen zoals het Van Gogh Museum, de Nieuwe Kerk en Fabrique des Lumieres

**2018:** Bestemmingsplan Winkeldiversiteit Centrum: Madame Tussauds plots geen museum, maar ‘op entertainment gerichte voorziening’.

1970 1980 1990 2000 2010 2020




Het tweede wassenbeeldenmuseum ter wereld opent aan de Kalverstraat 159



Koninklijk huis in Madame Tussauds met beelden van Wilhelmina, Juliana en Beatrix

**31 oktober 2025** Het museum moet vertrekken van de Dam 20. Voortbestaan Madame Tussauds Amsterdam bedreigd

# Madame Tussauds: een cultureel icoon met handgemaakte kunstwerken en unieke verhalen

## MT vervult een culturele functie…



**Madame Tussauds maakt maatschappelijke thema's op laagdrempelige manier bespreekbaar:**

Bezoekers worden niet alleen vermaakt maar ook geïnformeerd over de samenleving om hen heen door de maatschappelijke waarden waar de personen voor staan. Onze beelden etaleren diversiteit in kleur, afkomst en seksualiteit en dragen zo bij aan acceptatie bij onze bezoekers, waaronder veel jonge gezinnen met kinderen. Voorbeelden hiervan zijn:

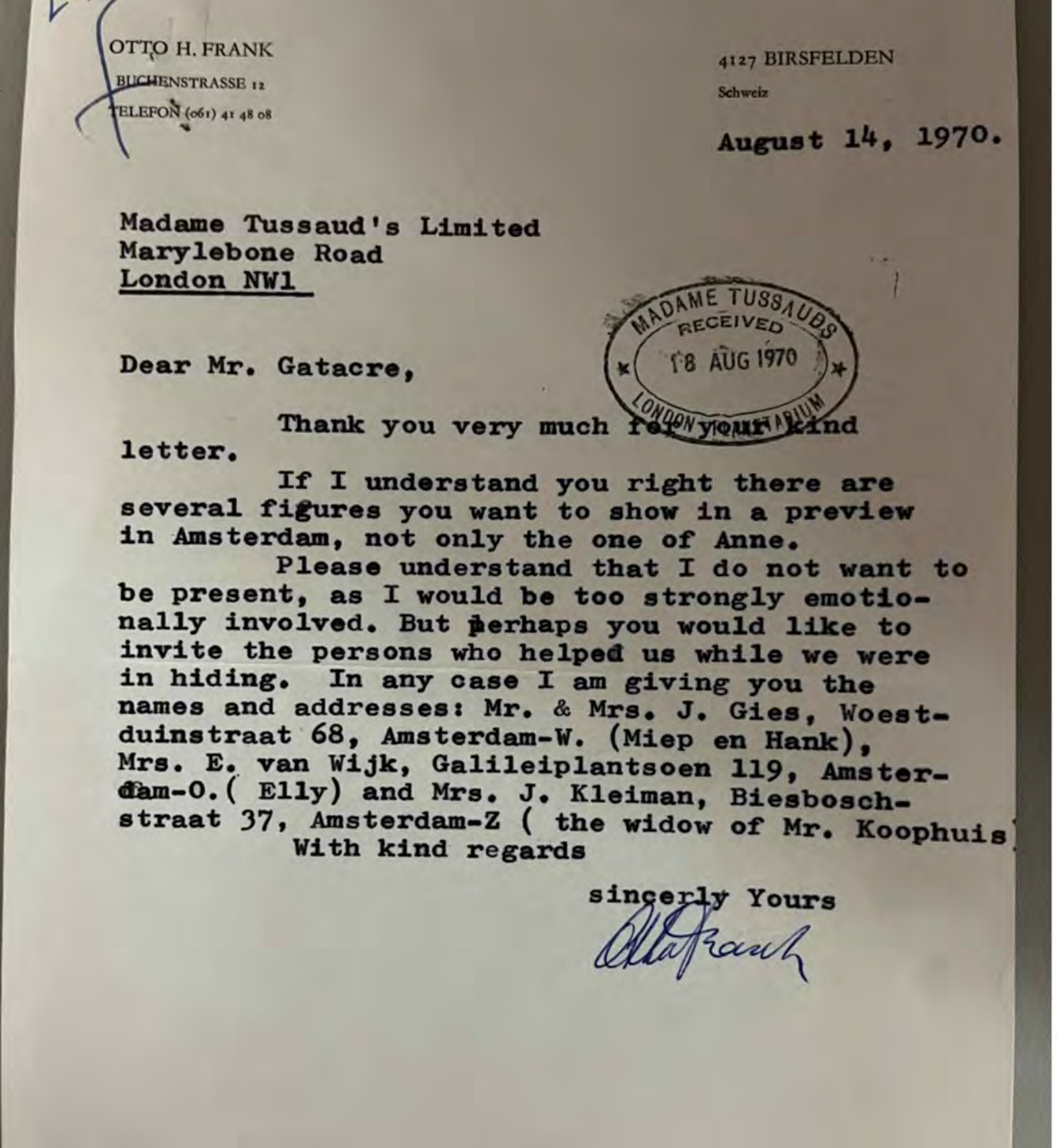
- **Nikkie Tutorials**
- **Phil Bloom**
- **Freddy Mercury**
- **Majoor Bosshardt**

## …en daar komt artistieke ambacht bij kijken



**De beelden die tentoon worden gesteld zijn echte kunstwerken:**

- De collectie wordt zorgvuldig samengesteld en gepland op basis van culturele trends en ontwikkelingen
- Het is een ambachtelijke kunstvorm; het proces duurt gemiddeld 9 maanden en is vergelijkbaar met hoe Marie Tussaud zelf 250+ jaar geleden de wassenbeelden zou hebben gemaakt.
- De beelden worden volledig met de hand gemaakt en vereisen verschillende disciplines die samenwerken; beeldhouwers, kleurspecialisten, hair- en make-upprofessionals en professionals die zich bezig houden met kostuumvervaardiging..



OTTO H. FRANK
BUCHENSTRASSE 12
TELEFON (061) 41 48 08

4127 BIRSFELDEN
Schweiz

August 14, 1970.

Madame Tussaud's Limited
Marylebone Road
London NW1

MADAME TUSSAUDS
RECEIVED
18 AUG 1970
LONDON PLANETARIUM

Dear Mr. Gatacre,

Thank you very much for your kind letter.

If I understand you right there are several figures you want to show in a preview in Amsterdam, not only the one of Anne.

Please understand that I do not want to be present, as I would be too strongly emotionally involved. But perhaps you would like to invite the persons who helped us while we were in hiding. In any case I am giving you the names and addresses: Mr. & Mrs. J. Gies, Woestduinstraat 68, Amsterdam-W. (Miep en Hank), Mrs. E. van Wijk, Galileiplantsoen 119, Amsterdam-O.( Elly) and Mrs. J. Kleiman, Biesboschstraat 37, Amsterdam-Z ( the widow of Mr. Koophuis)

With kind regards

sincerly Yours

Otto Frank

# Een collectie van onschatbare culturele en historische waarde

**De collectie van het museum gaat verder dan alleen de beelden:**

- Elk beeld wordt voorafgegaan door intensief achtergrondonderzoek en uitgebreide documentatie.
- De totstandkoming van een beeld gebeurt altijd in nauwe samenwerking met de persoon zelf of, in het geval van overleden figuren, met hun nabestaanden. Alle correspondentie die hierbij plaatsvindt, wordt zorgvuldig gedocumenteerd en toegevoegd aan de museumcollectie.
- Veel van de gebruikte kledingstukken zijn authentiek en direct afkomstig van de afgebeelde personen, wat de beelden nog unieker maakt.
- Het archief van Madame Tussauds bevat hierdoor een schat aan correspondentie en objecten van onschatbare culturele, historische en financiële waarde.

# Madame Tussauds, een museum in naam en perceptie

## 1. Naam & perceptie

***Madame Tussauds is een historisch museum met decennialange erkenning en een vaste plaats in de Nederlandse museumgeschiedenis.***

Opgericht in **de jaren '70** als tweede wassenbeeldenmuseum ter wereld

**Opgericht en geregistreerd** als museum bij de Kamer van Koophandel.

**In de media** wordt er steevast naar Madame Tussauds gerefereerd als museum

## Berichten over Madame Tussauds in de media

**Prinses Amalia krijgt zaterdag ter ere van haar 21e verjaardag een eigen wassen beeld in Madame Tussauds in Amsterdam. Het beeld is vanaf woensdag al te bekijken in het wassenbeeldenmuseum.**

≡ Menu nrc› Abonneren

Het is halverwege de jaren zestig. In Madame Tussauds te Londen gaat een nieuwe expositie open. Iedereen die er toe doet in *swinging London* is van de partij, want het museum loopt voorop in alle opwindende ontwikkelingen in die tijd. „Maar de grote afwezige op die opening," herinnert oud-

Manly

### Waarde van Doutzen Kroes-beeld in Madame Tussauds

Een wassen beeld maken van een bekende Nederlander is kostbaar werk. Ieder gezicht is uniek. Zelfs de haren worden tot in detail vormgegeven. Bovendien zijn alle beelden in het Amsterdamse Madame Tussauds met de hand gemaakt door ongeveer twaalf professionals.

Het duurt maanden voordat een wassen beeld klaar is om in het museum geplaatst te worden. Dat geldt ook voor dat van internationaal supermodel Doutzen Kroes. Hiervoor heeft Madame Tussauds een ongekend geldbedrag van **rond de € 250.000** betaald.

# Met vergelijkbare bezoekersprofielen als andere musea

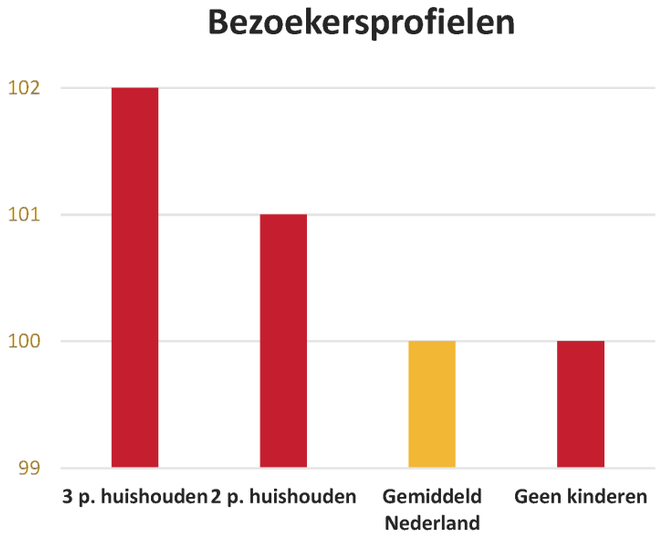
## 2. Bezoekersprofielen

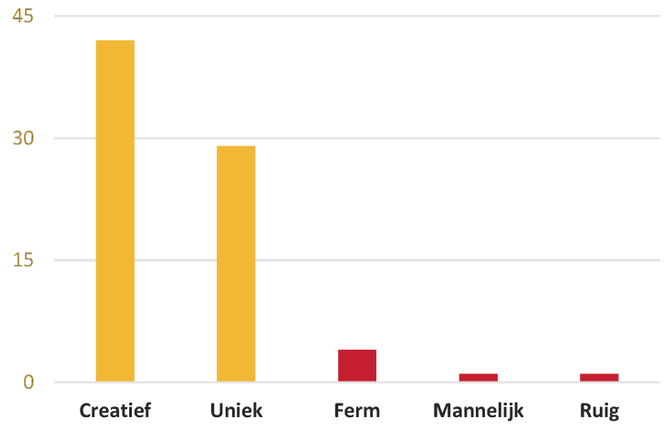
***Meer Nederlandse toeristen kiezen voor Madame Tussauds als gezinsvriendelijk museum in Amsterdam.***

Madame Tussauds ontvangt gemiddeld **meer Nederlandse toeristen** in vergelijking met Amsterdamse musea.

Madame Tussauds trekt voornamelijk gezinnen en jonge stellen aan. Zo maakte ***47%*** van de totale bezoekers deel uit van een gezin.

Madame Tussauds scoort 30% hoger dan het gemiddeld museum in Nederland op de merkprestatie ***'geschikt voor kinderen'***.




### Families

- Het bezoekersprofiel van Madame Tussauds bestaat bovengemiddeld uit huishoudens, vergeleken met het gemiddelde bezoekersprofiel van musea in Nederland.
- Dit benadrukt het karakter van Madame Tussauds als een museum dat vooral aantrekkelijk is voor families met kinderen, die de unieke combinatie van vermaak en educatie weten te waarderen.

**Deze resultaten zijn afkomstig uit het Hendrik Beerda – Brand Consultancy onderzoek: "Cultuursector Merkenonderzoek"*

### Rustige toeristen

- De merkpersoonlijkheid van Madame Tussauds scoort hoog op creativiteit en uniekheid.
- Kenmerken die vaak worden geassocieerd met overlastgevende toeristen worden minimaal gekoppeld aan Madame Tussauds.
- Madame Tussauds trekt daarmee precies het type toerist dat de gemeente graag verwelkomt: respectvol, geïnteresseerd in cultuur en gericht op een positieve beleving van de stad.

# Dat goed aansluit bij het museumaanbod van Amsterdam

## 3. Museumaanbod

***Madame Tussauds past goed in het museumaanbod van Amsterdam***

Veel musea hebben **meerdere locaties wereldwijd**. zoals het Louvre, het Guggenheim

Meerdere musea werken met een **commercieel model**, zoals het Moco Museum en het Next museum.

Bezoekers van Madame Tussauds **spenderen gemiddeld een uur** in het museum. Dit is vergelijkbaar met andere musea in de stad, zoals Van Gogh en het Anne Frank Huis.

### Top sterkste museummerken

*1. Anne Frank Huis*
*2. Rijksmuseum*
*…*
***6. Madame Tussauds***
*7. Naturalis*
*…*
*12. Scheepvaartmuseum*
*13. Luchtvaartmuseum Aviodrome*
*14. Nemo Science Museum*

### Top sterkste cultuurmerken

*1. Anne Frank Huis*
*2. Rijksmuseum*
*…*
*10. Van Gogh Museum*
*…*
*15. **Madame Tussauds***
*…*
*38. Nemo Science Museum*
*39. Metropole Orkest*

**Deze resultaten zijn afkomstig uit het Hendrik Beerda – Brand Consultancy onderzoek: "Cultuursector Merkenonderzoek"*

# Madame Tussauds draagt bij aan de doelstellingen van de gemeente, nu en straks




### Een verhuizing naar de Kalverpassage creëert een win-winsituatie

- Bezoekers worden niet langer naar een van de drukste plekken in de stad, de Dam, geleid.
- Slimme routeringen zorgen ervoor dat bezoekers langs rustigere routes worden geleid, wat de spreiding verbetert.
- De nieuwe locatie voorkomt overlast door inpandige wachtrijen




### De versterking van de maatschappelijke functie van Madame Tussauds op de nieuwe locatie.

- Madame Tussauds sponsort een schoonmaakcrew in de binnenstad om bij te dragen aan een schone omgeving.
- Madame Tussauds is de nummer #1 culturele bestemming voor Stadspas-gebruikers.
- Samenwerkingen met kinderziekenhuizen worden voortgezet via het Magic Wand-programma.
- In de Kalverpassage wordt een maatschappelijke ruimte beschikbaar gesteld voor zorg- of cultuurinstellingen.




### We geven het zuidelijke deel van de Kalverstraat een nieuwe impuls

- De verhuizing trekt meer bezoekers naar de winkels in de Kalverpassage en de directe omgeving, waardoor een impuls wordt gegeven aan een gebied dat kampt met leegstand.
- De lokale winkeliers zien de komst van Madame Tussauds als een positieve ontwikkeling.
- Madame Tussauds creëert banen en biedt opleidingsmogelijkheden voor Amsterdammers, inclusief inwoners met een afstand tot de arbeidsmarkt.

# De verhuizing biedt kansen voor een nieuwe positionering van Madame Tussauds, die naadloos aansluit bij de visie van de gemeente

## Ideeën voor nieuwe invulling:

### We versterken de educatieve insteek:

- Madame Tussauds legt meer focus op relevante maatschappelijke thema's in Nederland en Amsterdam binnen de exposities.
- Een externe culturele adviesraad wordt ingesteld om te adviseren over de selectie van verhalen en beelden.
- Meer nadruk wordt gelegd op de verhalen achter de beelden, bijvoorbeeld via een app en informatieborden bij de beelden

### We focussen op Nederlandse verhalen:

- Madame Tussauds belicht belangrijke ontwikkelingen in de Nederlandse samenleving, zowel van vroeger als nu.
- Exposities worden georganiseerd rond de Nederlandse meesters om hun kunst en invloed te vieren.
- De geschiedenis van Amsterdam wordt verteld aan de hand van iconische personages uit de historie.

### Lokale verbinding

- Madame Tussauds organiseert interactieve workshops om bezoekers actief bij de ervaring te betrekken.
- Bezoekers krijgen de unieke mogelijkheid om "behind the scenes" mee te kijken hoe de beelden worden vervaardigd.
- Stageplekken worden aangeboden aan mbo-studenten, onder andere via deelname aan Iconen van de Stad, en samenwerkingen met hogescholen worden verkend.
- Samenwerkingen met cultuurinstellingen worden opgezet om de culturele impact verder te versterken.

Madame Tussauds

AMSTERDAM

Een indruk van het nieuwe museum

# Beelden die tot de verbeelding spreken

We hebben een uitgebreide beeldencollectie. Samen vertellen ze de verhalen van belangrijke personen uit de geschiedenis van de stad en weerspiegelen ze de Amsterdamse cultuur van vroeger en nu.



Het Koninklijk Huis (Princess Wilhelmina)



Film (Leonardo DiCaprio)



Muziek (Snelle)



Sport (Jutta Leerdam)



Televisie (Chantal Janzen)



Kunst (Rembrandt)



Wereldsterren (Lady Gaga)



Cultuur (Freddy Heineken)




Gasten kunnen meer te weten komen over elk beeld en de verhalen erachter door een QR-code te scannen op een sleutelkoord dat het figuur draagt.

# Bezoekerservaring

Ruimtes in de nieuwe locatie zullen worden gebaseerd op authentieke Amsterdamse locaties en gebeurtenissen



Koninklijk Paleis



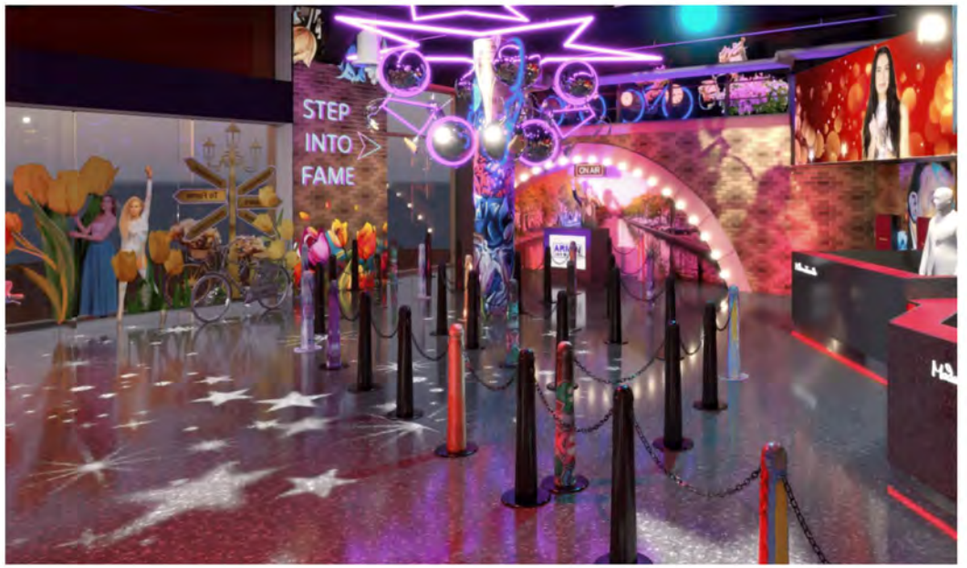

Theater Tuschinski




Koningsdag



Straten van Amsterdam




De ruimte bij de ingang is met 390% vergroot en voorkomt zo rijen op straat.

Madame Tussauds

AMSTERDAM

Een indruk van het nieuwe museum

**Bijlage 2: KvK-registratie MT**

KVK

# Online inzage uittreksel - Madame Tussauds Amsterdam B.V. - 33126769

| | |
|---|---|
| KVK-nummer | 33126769 |

De onderneming / organisatie wil niet dat haar adresgegevens worden gebruikt voor ongevraagde postreclame en verkoop aan de deur.

## Rechtspersoon

| | |
|---|---|
| RSIN | 001458917 |
| Rechtsvorm | Besloten Vennootschap |
| Statutaire naam | Madame Tussauds Amsterdam B.V. |
| Statutaire zetel | Amsterdam |
| Datum akte van oprichting | 19-02-1970 |
| Datum akte laatste statutenwijziging | 25-06-2014 |
| Geplaatst kapitaal | EUR 2.300.000,00 |
| Gestort kapitaal | EUR 2.300.000,00 |
| Deponering jaarstuk | De jaarrekening over boekjaar 2022 is gedeponeerd op 14-02-2025. |

## Onderneming

| | |
|---|---|
| Handelsnaam | Madame Tussauds Amsterdam B.V. |
| Startdatum onderneming | 19-02-1970 |
| Activiteiten | SBI-code: 91021 - Musea |
| Werkzame personen | 41 |

## Vestiging

| | |
|---|---|
| Vestigingsnummer | 000019150156 |
| Handelsnaam | Madame Tussauds Amsterdam B.V. |
| Bezoekadres | Dam 20, GEBOUW P&C, 1012NP Amsterdam |
| Internetadressen | www.madame-tussauds.com<br>www.madametussauds.com |
| E-mailadressen | Madame.tussaud@madametussauds.nl<br>info@madametussauds.nl |
| Datum vestiging | 19-02-1970 |
| Deze rechtspersoon drijft de vestiging sinds | 30-01-1973 |
| Activiteiten | SBI-code: 91021 - Musea<br>Het oprichten en in stand houden van musea van wassen beelden, portretten, tekeningen, beelden, afgietsels, modellen, kostuums, juwelen, antiquiteiten, curiositeiten en andere voorwerpen, geschikt om aan het publiek tentoongesteld te worden, het inrichten van tentoonstellingen, het kopen of op andere wijze handelen in het bovengemelde en in souvenirs, afbeeldingen en reproducties van het bovenvermelde, het tegen betaling ter beschikking stellen van consumpties aan bezoekers dezer tentoonstellingen, het deelnemen in of zich op andere wijze financieel interesseren bij andere ondernemingen en het verrichten van alles wat met het vorenstaande verband houdt, of daaraan bevorderlijk kan zijn |
| Werkzame personen | 41 |

## Enig aandeelhouder

| | |
|---|---|
| Naam | Charcoal Midco 1 Limited |
| Bezoekadres | 3 Market Close Pool, Dorset BH15 1NQ, Verenigd Koninkrijk |

| | |
|---|---|
| Ingeschreven in | Companies Registration Office (England and Wales)<br>Cardiff, Verenigd Koninkrijk<br>onder nummer 06125930 |
| Enig aandeelhouder sedert | 06-07-2007 |

## Bestuurder

| | |
|---|---|
| Naam | Merlin Entertainments Holdings Nederland B.V. |
| Bezoekadres | Rokin 78, 1012KW Amsterdam |
| Ingeschreven onder KvK-nummer | 30133034 |
| Datum in functie | 09-03-2009 |
| Titel | Directeur |
| Bevoegdheid | Alleen/zelfstandig bevoegd |

---

Gegevens zijn vervaardigd op 07-05-2025 om 16.30 uur.

**Bijlage 3: Power Point Presentaties MT**

Madame Tussauds

AMSTERDAM

# Kernboodschap

**Madame Tussauds is een museum, niet een op entertainment gerichte functie, en kan onder die noemer een vergunning krijgen voor de verhuizing**

### Madame Tussauds is een museum

- Madame Tussauds is een wassenbeeldenmuseum met een lange geschiedenis in Amsterdam
- Madame Tussauds is niet alleen op inhoud, maar ook in perceptie, bezoekersprofiel en in vergelijking met andere musea een museum

### Met een nieuw concept

- Tegelijkertijd begrijpen we ook de visie van de gemeente,
- We passen het concept van Madame Tussauds aan de tijdsgeest aan.
- Zodat de vergunningverlening makkelijk wordt voor de gemeente

### Zodat we de prettige samenwerking kunnen voortzetten

- Bijdragen aan maatschappelijke opgaven zoals; terugdringen van de drukte,
- het huisvesten van maatschappelijke functies,
- En een nieuwe impuls kunnen geven aan de Kalverpassage en de omgeving

# Madame Tussauds is een museum

## Toelichting gemeente Amsterdam

Ter toelichting op het begrip voorzieningen gericht op entertainment dient het volgende. Deze bijzondere voorzieningen worden gekenmerkt door beleving, spanning en sensatie.

Inzet van proppers, rijvorming op straat en een hoge omzetsnelheid wat betreft bezoekers zijn hierbij veelvoorkomende verschijnselen.

Deze voorzieningen hebben doorgaans geen authentieke, maar een speciaal voor de voorziening ontworpen collectie

Het eventuele artistieke, historische of educatieve karakter van dergelijke voorzieningen is ondergeschikt aan het bieden van entertainment en/of productverkoop.

De bedrijfsvoering wordt gekenmerkt door winstoogmerk

Tot slot zijn dergelijke voorzieningen vaak in meerdere steden te vinden. Het aanbod is dus niet uniek voor en in Amsterdam.

Onder bijzondere voorzieningen vallen onder meer musea over drugs, erotiek, en voedsel/drank zoals bier, kaas en stroopwafels.

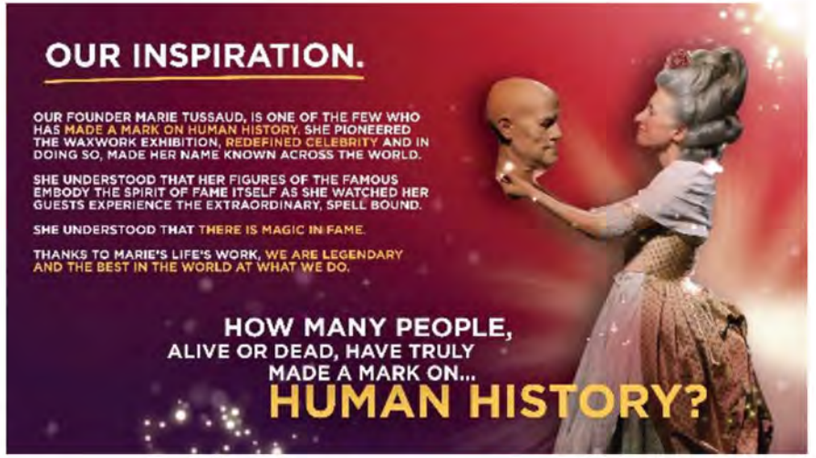
Ook experiences maken deel uit van bijzondere voorzieningen. Hieronder vallen onder meer (thematisch) sensatietheater en (thematische) entertainmentactiviteiten al dan niet voor grotere groepen zoals vrijgezellenfeesten.

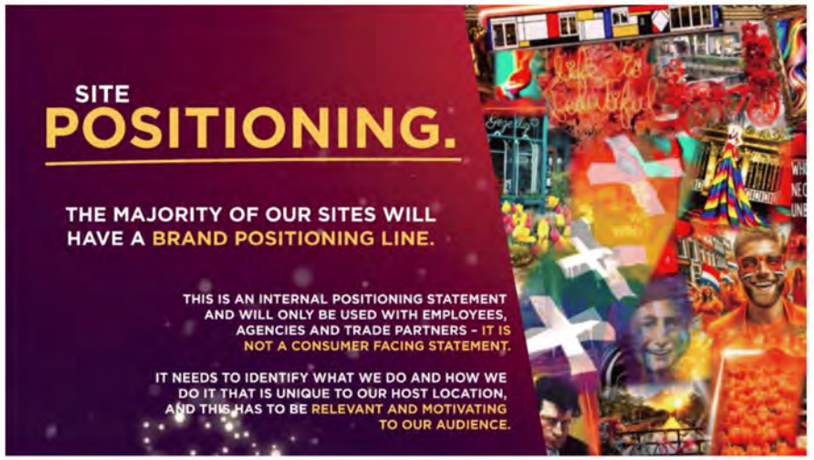
## Museum Madame Tussauds

- Alle wachtrijen worden geminimaliseerd en verplaatst naar binnen, met een toename van 390% in onze toegangsruimte om dit te faciliteren.
- Onze collectie is authentiek en omvat artefacten die teruggaan tot de opening van het museum in 1970, evenals donaties (bijvoorbeeld kostuums) van vooraanstaande personen.
- We zijn in de eerste plaats een wassenbeeldenmuseum. Wassen beeldhouwkunst is een kunstvorm, en we hebben enkele van de beste beeldhouwers ter wereld die onze wassen beelden creëren
- Hoewel wij een commerciële organisatie zijn, is de investering in en het ontwerp van ons museum gericht op het bieden van een eersteklas bezoekerservaring
- Hoewel er meerdere Madame Tussauds-locaties zijn, heeft MTA een unieke collectie en ervaring die anders is dan die van andere MT-locaties, geïnspireerd door de lokale cultuur en geschiedenis. We hebben 55 jaar geschiedenis in deze stad
- Madame Tussauds richt zich niet op gespecialiseerde nieuwigheden, maar heeft een gevarieerde collectie die zich in het algemeen richt op de Nederlandse cultuur
- Wij zijn een museum gericht op families met kinderen en koppels – wij richten ons niet op grotere groepen bezoekers en bieden geen arrangementen of tickets voor feesten aan

# Madame Tussauds: een cultureel icoon met handgemaakte kunstwerken en unieke verhalen




**Vakmanschap** – het maken van onze figuren vereist het werk van tientallen getalenteerde artiesten, wat doorgaans 9-12 maanden duurt. Madame Tussauds is de gouden standaard in het vervaardigen van figuren en de verbluffende gelijkenis van onze figuren is ongeëvenaard

**250 jaar geschiedenis** – onze oprichter, Marie Tussaud (geboren in 1761), beeldhouwde vele beroemde figuren, waaronder Voltaire. Ze maakte ook dodemaskers van personen zoals Marie Antoinette tijdens de Franse Revolutie. Het verhaal van Marie is nauwelijks te geloven en haar nalatenschap is buitengewoon.

**Lokale relevantie** – Madame Tussauds Amsterdam heeft een collectie die uniek is voor de stad – van de figuren die zijn geselecteerd tot de kostuums die ze dragen, en de omgeving eromheen – alles is gekozen om de geschiedenis, cultuur en geest van Amsterdam te weerspiegelen.

# Madame Tussauds: een cultureel icoon met handgemaakte kunstwerken en unieke verhalen

## MT vervult een culturele functie…



**Madame Tussauds maakt maatschappelijke thema's op laagdrempelige manier bespreekbaar:**

Bezoekers worden niet alleen vermaakt maar ook geïnformeerd over de samenleving om hen heen door de maatschappelijke waarden waar de personen voor staan. Onze beelden etaleren diversiteit in kleur, afkomst en seksualiteit en dragen zo bij aan acceptatie bij onze bezoekers, waaronder veel jonge gezinnen met kinderen. Voorbeelden hiervan zijn:

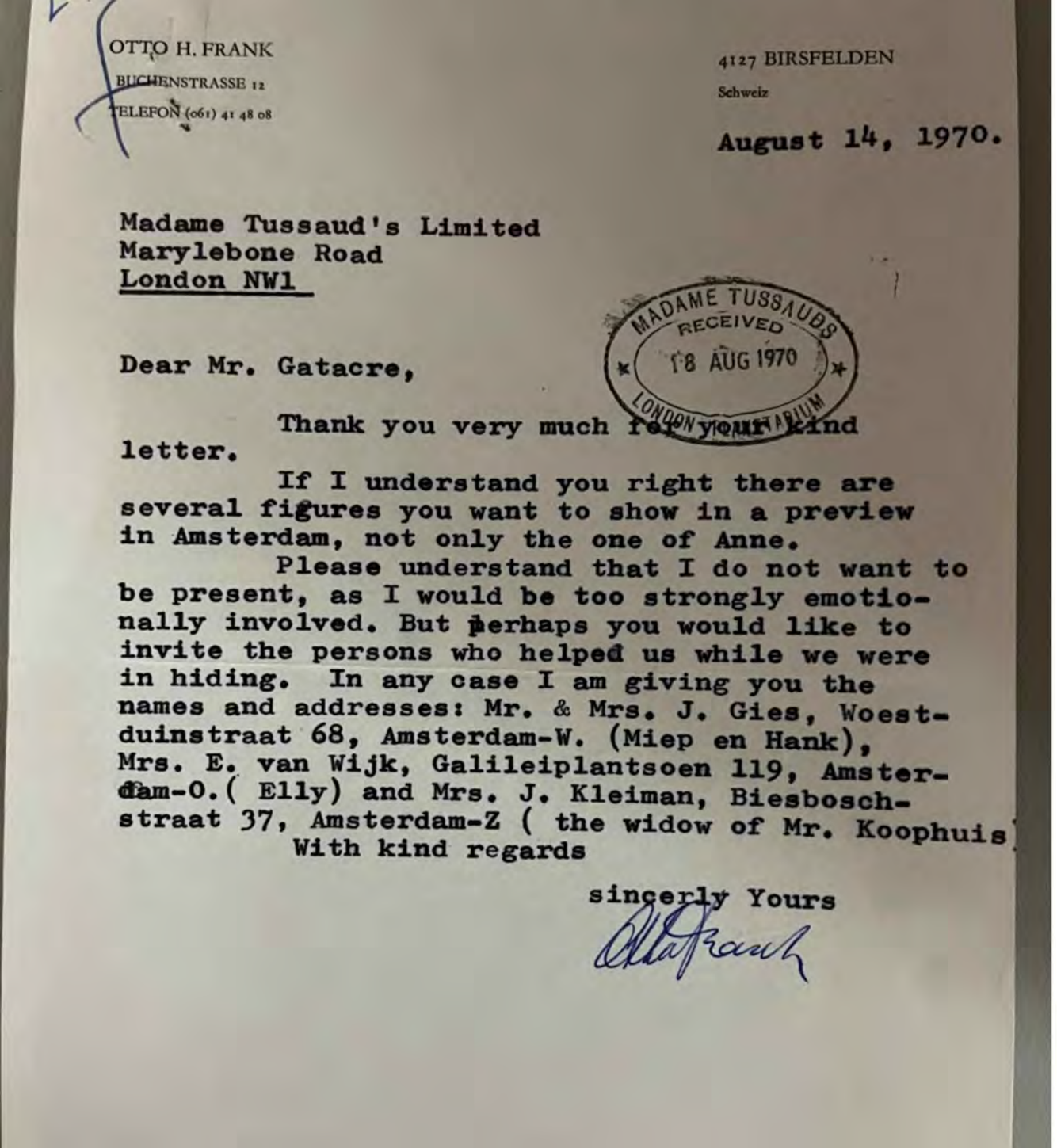
- **Nikkie Tutorials**
- **Phil Bloom**
- **Freddy Mercury**
- **Majoor Bosshardt**

## …en daar komt artistieke ambacht bij kijken



**De beelden die tentoon worden gesteld zijn echte kunstwerken:**

- De collectie wordt zorgvuldig samengesteld en gepland op basis van culturele trends en ontwikkelingen
- Het is een ambachtelijke kunstvorm; het proces duurt gemiddeld 9 maanden en is vergelijkbaar met hoe Marie Tussaud zelf 250+ jaar geleden de wassenbeelden zou hebben gemaakt.
- De beelden worden volledig met de hand gemaakt en vereisen verschillende disciplines die samenwerken; beeldhouwers, kleurspecialisten, hair- en make-upprofessionals en professionals die zich bezig houden met kostuumvervaardiging..



OTTO H. FRANK
BUCHENSTRASSE 12
TELEFON (061) 41 48 08

4127 BIRSFELDEN
Schweiz

August 14, 1970.

Madame Tussaud's Limited
Marylebone Road
London NW1

MADAME TUSSAUDS
RECEIVED
18 AUG 1970
LONDON PLANETARIUM

Dear Mr. Gatacre,

Thank you very much for your kind letter.

If I understand you right there are several figures you want to show in a preview in Amsterdam, not only the one of Anne.

Please understand that I do not want to be present, as I would be too strongly emotionally involved. But perhaps you would like to invite the persons who helped us while we were in hiding. In any case I am giving you the names and addresses: Mr. & Mrs. J. Gies, Woestduinstraat 68, Amsterdam-W. (Miep en Hank), Mrs. E. van Wijk, Galileiplantsoen 119, Amsterdam-O.( Elly) and Mrs. J. Kleiman, Biesboschstraat 37, Amsterdam-Z ( the widow of Mr. Koophuis)

With kind regards

sincerly Yours

Otto Frank

# Een collectie van onschatbare culturele en historische waarde

**De collectie van het museum gaat verder dan alleen de beelden:**

- Elk beeld wordt voorafgegaan door intensief achtergrondonderzoek en uitgebreide documentatie.
- De totstandkoming van een beeld gebeurt altijd in nauwe samenwerking met de persoon zelf of, in het geval van overleden figuren, met hun nabestaanden. Alle correspondentie die hierbij plaatsvindt, wordt zorgvuldig gedocumenteerd en toegevoegd aan de museumcollectie.
- Veel van de gebruikte kledingstukken zijn authentiek en direct afkomstig van de afgebeelde personen, wat de beelden nog unieker maakt.
- Het archief van Madame Tussauds bevat hierdoor een schat aan correspondentie en objecten van onschatbare culturele, historische en financiële waarde.

# Madame Tussauds: een nieuw concept

**De Nederlandse Meesters**

Onze positionering van *'The Unconventional Masterpiece'* komt tot uiting in onze Nederlandse Meesters-zone. Uit onderzoek blijkt dat deze zone de populairste is bij bezoekers op de huidige locatie. Dit zal een belangrijk aandachtspunt zijn binnen ons museum, evenals in externe communicatie voor de herlancering van het museum.

Onze Nederlandse Meesters-zone weerspiegelt ook onze kern merkproposities (vakmanschap, geschiedenis en lokale relevantie). Ons Van Gogh-figuur is ongelooflijk realistisch en gebeeldhouwd met dezelfde technieken die Marie 250 jaar geleden gebruikte. Amsterdam is de enige locatie ter wereld waar bezoekers dit figuur kunnen zien, naast andere Nederlandse Meesters, zoals Rembrandt, Mondriaan en Herman Brood.



De achtergronden van onze figuren zijn ontworpen om het verhaal van de artiesten en hun kunstwerken te vertellen, met behulp van digitale touchpoints om de tentoonstellingen tot leven te brengen. Bezoekers kunnen zien hoe Rembrandt-schilderijen tot leven komen en hun eigen gezichtsuitdrukkingen weerspiegelen; een digitaal canvas gebruiken om samen met Herman Brood nieuwe kunst te creëren; of zich in een van Van Gogh's landschappen begeven.







# Madame Tussauds: kern proposities in het museum



**Het maakproces "the making of"** – bezoekers krijgen de kans om meer te leren over het proces van het creëren van ongelooflijk levensechte wassen beelden.



**Storytelling: Het verhaal van Marie Tussaud** – bezoekers kunnen meer leren over het bijzondere verhaal van Marie Tussaud en de erfenis die zij heeft achtergelaten



**Ons Amsterdamse archief** – tot slot zullen bezoekers ook meer leren over bijzondere artefacten in ons archief, waarvan sommige een verband hebben met Amsterdam dat dateert van vóór de opening van het museum in 1970 (afgebeeld: een fiberglas figuur van 5.1, 2, e uit 1970).

# De verhuizing biedt kansen voor een nieuwe positionering van Madame Tussauds, die naadloos aansluit bij de visie van de gemeente

## Ideeën voor nieuwe invulling:

### We versterken de educatieve insteek:

- Madame Tussauds legt meer focus op relevante maatschappelijke thema's in Nederland en Amsterdam binnen de exposities.
- Meer nadruk wordt gelegd op de verhalen achter de beelden, bijvoorbeeld via een app en informatieborden bij de beelden

### We focussen op Nederlandse verhalen:

- Madame Tussauds belicht belangrijke ontwikkelingen in de Nederlandse samenleving, zowel van vroeger als nu.
- Exposities worden georganiseerd rond de Nederlandse meesters om hun kunst en invloed te vieren.
- De geschiedenis van Amsterdam wordt verteld aan de hand van iconische personages uit de historie.

### Lokale verbinding

- Madame Tussauds organiseert interactieve workshops om bezoekers actief bij de ervaring te betrekken.
- Bezoekers krijgen de unieke mogelijkheid om "behind the scenes" mee te kijken hoe de beelden worden vervaardigd.
- Stageplekken worden aangeboden aan mbo-studenten, onder andere via deelname aan Iconen van de Stad, en samenwerkingen met hogescholen worden verkend.
- Samenwerkingen met cultuurinstellingen worden opgezet om de culturele impact verder te versterken.

# Madame Tussauds: Amsterdamse beleving



Hollandse Meesters



Het koninklijk paleis



Amsterdamse grachtenpanden




Tuschinski

# Madame Tussauds: Amsterdamse beleving




Het lichtfestival



Koningsdag




Het Vondelpark

# Madame Tussauds draagt bij aan de doelstellingen van de gemeente, nu en straks




### Een verhuizing naar de Kalverpassage creëert een win-winsituatie

- Bezoekers worden niet langer naar een van de drukste plekken in de stad, de Dam, geleid.
- Slimme routeringen zorgen ervoor dat bezoekers langs rustigere routes worden geleid, wat de spreiding verbetert.
- De nieuwe locatie voorkomt overlast door inpandige wachtrijen




### De versterking van de maatschappelijke functie van Madame Tussauds op de nieuwe locatie.

- Madame Tussauds sponsort een schoonmaakcrew in de binnenstad om bij te dragen aan een schone omgeving.
- Madame Tussauds is de nummer #1 culturele bestemming voor Stadspas-gebruikers.
- Samenwerkingen met kinderziekenhuizen worden voortgezet via het Magic Wand-programma.
- In de Kalverpassage wordt een maatschappelijke ruimte beschikbaar gesteld voor zorg- of cultuurinstellingen.




### We geven het zuidelijke deel van de Kalverstraat een nieuwe impuls

- De verhuizing trekt meer bezoekers naar de winkels in de Kalverpassage en de directe omgeving, waardoor een impuls wordt gegeven aan een gebied dat kampt met leegstand.
- De lokale winkeliers zien de komst van Madame Tussauds als een positieve ontwikkeling.
- Madame Tussauds creëert banen en biedt opleidingsmogelijkheden voor Amsterdammers, inclusief inwoners met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Madame Tussauds

AMSTERDAM

Madame Tussauds

# AMSTERDAM
# SITE POSITIONING

# Contents


1. **Introduction**

2. **Madame Tussauds Historical & Cultural Significance**
   i. 250 Years of History
   ii. Craftsmanship
   iii. An Authentic Living Collection

3. **Key Additions to New Location**
   i. Dedicated History Space
   ii. Dedicated Craftsmanship Space
   iii. Authentic Stories
      a. Figures & Sets
      b. Interpretation

4. **Alignment with Guidance**

5. **Additional Location Information**

6. **Appendix**

# 1. Introduction

## Stepping into Madame Tussauds today, lets you experience the history of tomorrow and yesterday.

### For 250 years, Madame Tussauds has been an institution of historical and cultural significance.

History isn't just behind us — it's unfolding right now. Beginning with its founder Marie Tussaud, Madame Tussauds has always had its finger on the pulse of the popular. Madame Tussauds draws together individuals that span time and geographical boundaries, offering a unique experience to connect and immerse yourself in a moment of history. Whether that's stepping onto the mainstage of Glastonbury with Dua Lipa, or watching artist Vincent Van Gogh painting his 1888 "Sunflowers", the experience highlights the breadth of fame, and how connected the history of yesterday is to the history of tomorrow.

The changing cast of Madame Tussauds Amsterdam over the past 55 years serves as a who's who in Dutch history and popular culture, from global superstars like Lady Gaga, to historical figures, like Rembrandt Van Rijn and William of Orange, that helped put Amsterdam on the international map as an unconventional masterpiece.

# 2. Historical & Cultural Significance

i. **250 Years of History**
ii. Craftsmanship
iii. An Authentic Living Collection

Artist, entrepreneur, and revolutionary woman - The success of Madame Tussauds began in the 18th century with its founder, Marie Tussaud (nee Grosholtz). A pioneer of the wax museum, and formidable business woman, her life story is both fascinating and fantastic. From her incredible talent honed from a young age, to her remarkable fortitude surviving the French Revolution, and unwavering grit establishing a business in a foreign country, Marie has earnt her place as one of the great women of European history.

Marie's commitment to ensuring her wax museum was as educational as it was entertaining lies at the core of Madame Tussauds continued success. She recognised the magic her audience felt when encountering fame, and made it her mission to bring this experience to a wide audience - a mission Madame Tussauds continues today.

*"In these days no one can be considered properly popular unless he is admitted into the company of Madame Tussauds' celebrities in Baker Street. The only way in which a powerful and lasting impression can be made on the public mind is through the medium of wax. You must be a doll at Madame Tussauds before you can become an idol(l) of the multitude. Madame Tussauds has become in fact the only dispenser of permanent reputation".*

- 1849, Punch Magazine



# 2. Historical & Cultural Significance

i. 250 Years of History
**ii. Craftsmanship**
iii. An Authentic Living Collection

Madame Tussauds wax figures are works of art, produced with immense skill and care, by some of the worlds best hyperrealist sculptors. The medium is unconventional - wax as an artistic medium was dismissed throughout art history; the display is unconventional - unlike a bronze in an art gallery, they can be touched, kissed, and fully interacted with; the people are unconventional - drawing equally from popular culture as from history, from sporting legends to fleeting pop stars, you won't find a similar cast of portrait sculptures anywhere else!

The ability of wax to mimic flesh, and produce hyper realistic representations, creates a viscerally distinctive experience for visitors, unachievable through other mediums. Realistic wax figures have elicited fascination and intrigue - and sometimes a comfortable unease - for centuries, and hold a unique place in art, entertainment, and media history.



# 2. Historical & Cultural Significance

i. 250 Years of History
ii. Craftsmanship
**iii. An Authentic Living Collection**

The artistry of Madame Tussauds wax figures is second to none, and is key in producing the superior guest experience that is Madame Tussauds priority business aim. Figures are bolstered by donations of authentic items by stars. This evolving collection serves as an "archive of fame". As an international institution, Madame Tussauds holds a unique collection of authentic items relating to global fame from costume to correspondence.

Whilst some figures feature in multiple different museums, each Madame Tussauds site is unique to its city. Drawing on local aspects and positioning it into a global narrative.

Whilst allowing space for archival items (correspondence and costume etc.) to be displayed will offer visitors a superior experience of the cultural significance of Madame Tussauds and its collection, providing clear interpretation surrounding who the figures are, their importance within history, and any related contextual information such as information on room theming, is equally important in offering the multilevel experience of education and entertainment.



# 3. Key Additions to New Location

| | | |
|---|---|---|
| 250 Years of History | → | Dedicated History Space |
| Craftsmanship | → | Dedicated Craftsmanship Space |
| An Authentic Living Collection | → | Authentic Stories |

# 3. Key Additions to New Location

i. **Dedicated History Space**
ii. Dedicated Craftsmanship Space
iii. Authentic Stories
  a. Figures & Sets
  b. Interpretation






- We're currently exploring whether we can use the introduction space to tell Marie's story or utilise the current space in the Art Masters' Zone to tell Tussaud's story and the artistry.
- Tussaud's story to focus on 3 areas: The life of Marie, Tussaud's legacy, and Tussaud's in Amsterdam.
- We'll tell this story in an exciting way, with bright poppy colours blended with rococo-style street art.
- We'll utilise the existing space in Art Masters to show how our figures are made, and how this has changed over time- highlighting the different ways figures are produced and the experimentation Tussauds has done over the years.






# 3. Key Additions to New Location

i. Dedicated History Space
**ii. Dedicated Craftsmanship Space**
iii. Authentic Stories
  a. Figures & Sets
  b. Interpretation

- Within the Art Masters Zone, learn how Marie Tussaud created her figures alongside great artists from across history.
- Explore how the unconventional art form has changed over time, while keeping true to its 18th century roots.
- Learn about the different ways Madame Tussauds Amsterdam has experimented with creating wax figures, from animatronics to textile figures.
- Ponder the future of creating figures as technological advancements streamline to process, with 3D- printing and AI allowing for more accurate figures than ever before.








# 3. Key Additions to New Location

i. Dedicated History Space
ii. Dedicated Craftsmanship Space
**iii. Authentic Stories**
**a. Figures & Sets**
b. Interpretation



Royals (Princess Wilhelmina)



Television (Chantal Janzen)



Art (Rembrandt)



Culture (Freddy Heineken)



Sports (Jutta Leerdam)



Global Stars (Lady Gaga)



Music (Snelle)



Film (Leonardo DiCaprio)

**Our figures:** a broad collection which tells the stories of important figures in Amsterdam and reflects Amsterdam culture



Royal Palace




Tuschinski Theatre




King's Day



Amsterdam Streets

**Our sets:** rooted in authentic Amsterdam locations and events

Madame Tussauds

# 2. Key Additions to New Location

i. Dedicated History Space
ii. Dedicated Craftsmanship Space
**iii. Authentic Stories**
a. Figures & Sets
**b. Interpretation**




- Touch screens throughout the experience are out of budget- we are currently researching one within the experience.
- Themed Figure Captions with short descriptors of each figure, plus a QR link to further information
- Caption to focus on the figure's cultural impact,
- QR link to expand on these key points:
    1. Figure Biography
    2. Creation Process (including photos and videos)
    3. Figure Styling details
- Further graphic interps expand on certain elements of the zone, including location, event and and artefacts we have in the zone (photographs, letters, video, donations)
- While in effect across the site, this is most key in the Art Masters' Zone.

# 3. Key Additions to New Location

i. Dedicated History Space
ii. Dedicated Craftsmanship Space
**iii. Authentic Stories**
a. Figures & Sets
**b. Interpretation**




## Example:

## Nikki De Jager



**Biography:**
In 2015, she went viral worldwide with her video "The Power of Makeup", where she demonstrated how makeup can ....



**The Making of her Figure:**
For NikkieTutorials' figure, the sculptors at Madame Tussauds worked closely with her and her team to capture her essence, posture, and iconic style perfectly...



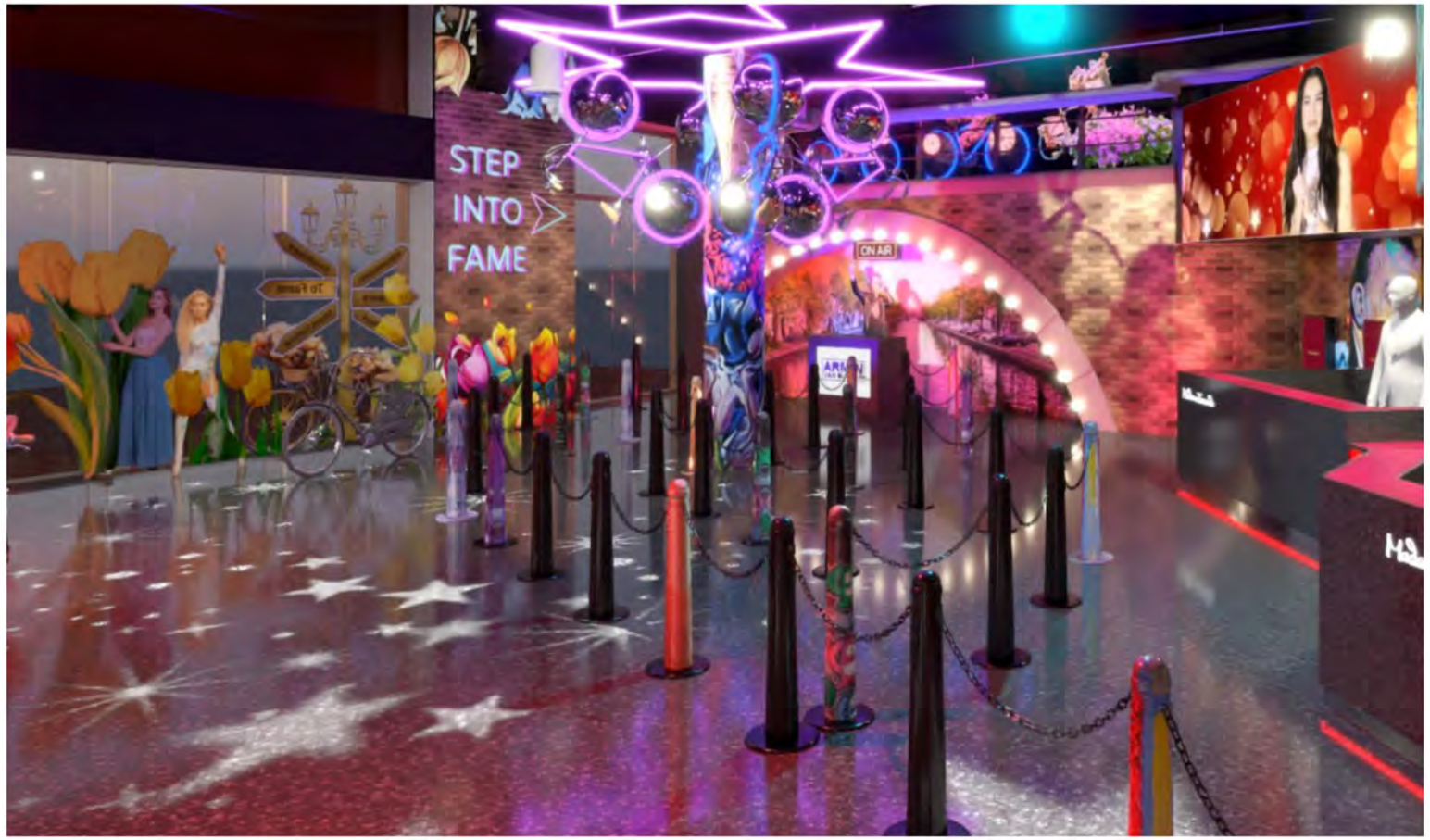
**The Styling:**
For Nikkie, makeup is more than just cosmetics—it is a form of art and self-expression. That's why she was deeply involved in styling her wax figure to ensure it reflected her personality and signature look 100%...

Madame Tussauds

# 4. Alignment with Guidance

| Amsterdam municipality definition | | Madame Tussauds position |
|---|---|---|
| The following explains the concept of facilities aimed at entertainment. These special facilities are characterized by experience, excitement and sensation. | | |
| The use of proppers, queues on the street and a high turnover rate in terms of visitors are common phenomena. | → | All queuing will be minimised and indoors, with a 390% increase in our admissions space to accommodate this. |
| These facilities usually do not have an authentic collection, but a collection specially designed for the facility. | → | We have an authentic living collection, and includes artefacts dating back to site opening (in 1970) and donations (e.g. costumes) from people of note. |
| The possible artistic, historical or educational character of such facilities is secondary to the provision of entertainment and/or product sales. | → | We are first and foremost a wax figure museum. Wax sculpting is an art form and we have some of the best sculptors in the world creating our waxworks. |
| Business operations are characterized by a profit motive. | → | Although we are a commercial organisation, the investment in – and design of – our museum is focused on providing a premium visitor experience. |
| Finally, such facilities are often located in multiple cities. The offer is therefore not unique for and in Amsterdam. | → | Although there are multiple Madame Tussauds, MTA has a unique collection and experience that's different to any other MT site, drawing on the local culture and history. We have 55 years of history in the city. |
| Special facilities include museums about drugs, eroticism, and food/drink such as beer, cheese and syrup waffles. | → | Madame Tussauds is not concerned with specialised novelties, but has a varied collection that's concerned with Dutch culture in general. |
| Experiences are also part of special facilities. This includes (thematic) sensation theater and (thematic) entertainment activities, whether or not for larger groups such as bachelor parties. | → | We are a museum aimed at families with children, as well as couples – we do not target larger groups of visitors or offer any packages or tickets for parties. |

# 5. Additional Location Visuals: Admissions



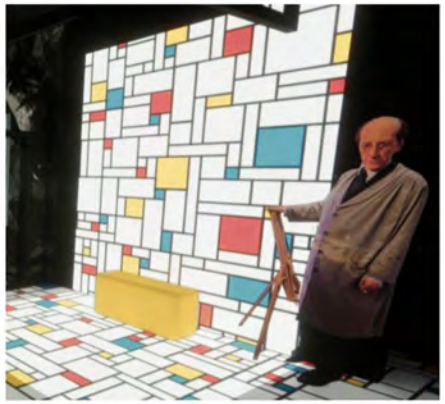

Our admissions space has been enlarged by **390%** and will avoid any queuing on the street.

# 5. Additional Location Visuals: Inside



(Full slides in appendix)







**Inside Madame Tussauds** – our 5.1, 2, e messages are reflected in what visitors can expect to find in Madame Tussauds Amsterdam. Our Van Gogh figure is incredibly lifelike and sculpted using the same techniques that 5.1, 2, e pioneered 250 years ago. Amsterdam is the only location in the world where visitors can see this figure, alongside other Dutch Masters, such as 5.1, 2, e , 5.1, 2, e and Herman Brood. The backdrop to our figures have been designed to tell the story of the artists and their artwork. This will be our main point of focus inside of our museum as well as external communications to relaunch the museum.

# Summary

**For 250 years, Madame Tussauds has been an institution of historical and cultural significance.**

Our founder, Marie Tussaud, was a pioneer who redefined how the general public view and interact with famous figures. Our locations have their own living collections that act as a commentary on local culture. The figures within our collections are extraordinarily crafted works of art.

The historical and cultural significance of Madame Tussauds Amsterdam is reflected in the new site's masterplan, with significant space dedicated to telling the historical context of the collection, additional space dedicated to the art of the figure sculpting process, and a considered collection with in-depth interpretation throughout the site.

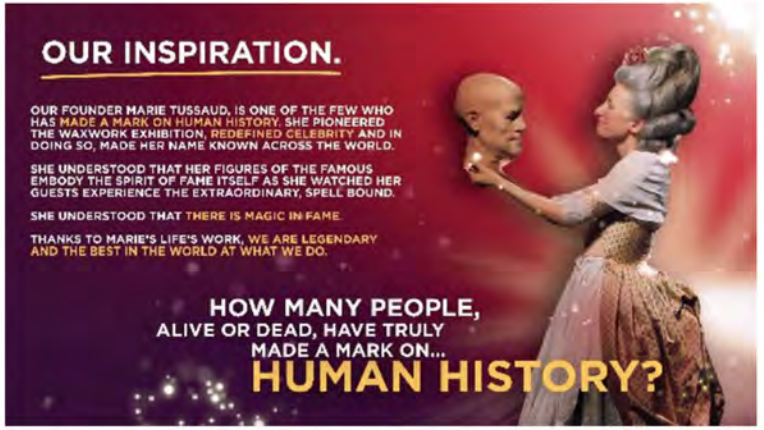
Madame Tussauds

# APPENDIX

# KEY MESSAGES




**Craftsmanship** - the making of our figures requires the work of dozens of talented artists, usually taking 9-12 months. Madame Tussauds is the gold standard in figure crafting and the breathtaking likeness of our figures is unrivalled.




**250 years of history** - our founder, Marie Tussaud (b. 1761), sculpted many figures of note such as Voltaire. She also created death masks of people such as Marie Antoinette during the French revolution. Marie's story defies belief and her legacy is extraordinary.




**Local relevance** – Madame Tussauds Amsterdam has a collection that's unique to the city – from the figures that have been selected to the costumes they're wearing, to the scenery around them – everything has been selected to reflect the history, culture, and spirit of Amsterdam.

**(Full slides in appendix)**

# KEY MESSAGES IN ACTION



**The making of process** – visitors will be able to learn about the process of creating incredibly lifelike waxfigures



**Telling Marie's story** - visitors will be able to learn about the remarkable story of Marie Tussaud and the legacy that she created



**Our Amsterdam archive** - finally, visitors will also be able to learn about some of the remarkable artefacts in our archive, some of which have a relevance to Amsterdam which predates the opening of the museum in 1970 (pictured: a 1970 fibreglass figure of Phil Bloom)

# Creative Response

# Recommendations

**Use of digital interpretation/signage in suitable spaces - whether through static touch screen panels, screens on walls with rolling digital content, or projection.**

- Interpretation is as important as displaying physical archival pieces to create an authentic museum experience.
- Can be “themed” to aesthetically suit the space. Enabling the introduction of high-level interpretation into the space without taking away from the experiential element.
- Gives the visitors the opportunity whether to engage.
- High initial cost but easily edited/changed as the museum changes/evolves.
- Allows for interpretation to be presented in multiple languages.
- If an App for QR codes is already in the pipeline, content created can be reused.




**Interactive panels at the Cleveland Museum of Art** – An example of interactive yet educational digital interpretation: Interactive display offers two games “Strike a Pose” where individuals have to try and match the pose of a sculpture in the CMA’s collection, and “Make a Face” where visitors make a face at the camera and an algorithm matches their face to something similar in the CMA collection. This was supplemented with interpretation of the artwork on the left-hand side.



**Digital interpretation panels.**




**Small scale projection mapping.**

**Dedicated "Zone" to address Madame Tussauds history:**

- Will demonstrate that Madame Tussaud is proud and conscious of communicating its rich history and cultural importance. Will free up the rest of the museum to be more focused on immersive experience without feeling the need to "shoehorn" in our history.

- Allows for the history of the Brand and its connection to Amsterdam to be addressed fully in one space, highlighting the cultural and historical importance of Madame Tussauds. Before then sending the visitor off to have fun in the experience.

- Offers greater opportunity to explore any historical connections between Madame Tussaud/Marie Tussaud/Amsterdam.

- Ideally at the beginning of the journey - possibly Introduction zone, before escalators.

- Will set visitors up for a more complete experience - knowing the artistry, the history, and the significance of the experience they are embarking on.

- Will need to be conscious of not making this too serious, in order to stay on brand. Can be themed in the playful punked style of the rest of the museum. Can make use of digital media to maintain the immersive experiential approach.

**Designated space to address artistry and process**

- Doesn't need to be as significant as "History" space, but offers clear communication of process.
- Could involve a few screens with rolling interpretation and a figure/physical element.
- Could involve fun interactive elements - "Be measured by Marie" photo op, standing turntable photo op .. etc.
- Position with/near wax hand creation booth.

**Careful Consideration of Art Masters Zone**

- This zone scored highly on audience evaluation, demonstrating the visitors desire to engage with this part of Dutch/international history.
- Zone offers the most opportunity for MTA to offer broader educational and cultural interpretation beyond the idea of "fame"
- Second to a "history" zone, interpretation in this area is most key.

# OUR INSPIRATION.

OUR FOUNDER MARIE TUSSAUD, IS ONE OF THE FEW WHO HAS MADE A MARK ON HUMAN HISTORY. SHE PIONEERED THE WAXWORK EXHIBITION, REDEFINED CELEBRITY AND IN DOING SO, MADE HER NAME KNOWN ACROSS THE WORLD.

SHE UNDERSTOOD THAT HER FIGURES OF THE FAMOUS EMBODY THE SPIRIT OF FAME ITSELF AS SHE WATCHED HER GUESTS EXPERIENCE THE EXTRAORDINARY, SPELL BOUND.

SHE UNDERSTOOD THAT THERE IS MAGIC IN FAME.

THANKS TO MARIE'S LIFE'S WORK, WE ARE LEGENDARY AND THE BEST IN THE WORLD AT WHAT WE DO.



## HOW MANY PEOPLE, ALIVE OR DEAD, HAVE TRULY MADE A MARK ON... HUMAN HISTORY?

# CRAFTMANSHIP.

**CRAFTSMANSHIP AND EXCELLENCE** HOLDS A CENTRAL ROLE FOR OUR BRAND, JUST AS IT DID IN MARIE'S DAY.

**WE ARE THE GOLD STANDARD IN FIGURE CRAFTING**, IN WHICH WE REMAIN UNRIVALLED.



## WE CONJURE THE UNIMAGINABLE

LIKENESS SO REAL...

...IT CAN'T BE **BELIEVED!**



# SITE POSITIONING.

## THE MAJORITY OF OUR SITES WILL HAVE A BRAND POSITIONING LINE.

THIS IS AN INTERNAL POSITIONING STATEMENT AND WILL ONLY BE USED WITH EMPLOYEES, AGENCIES AND TRADE PARTNERS – IT IS NOT A CONSUMER FACING STATEMENT.

IT NEEDS TO IDENTIFY WHAT WE DO AND HOW WE DO IT THAT IS UNIQUE TO OUR HOST LOCATION, AND THIS HAS TO BE RELEVANT AND MOTIVATING TO OUR AUDIENCE.



**Bijlage 4: Steunbetuigingen MT**

**Aan het Dagelijks Bestuur van Stadsdeel Centrum, 20 maart 2025**

Namens de BIZ Ondernemers Kalverstraat-Heiligeweg willen wij u kenbaar maken onze **volledige steun uit te spreken** voor de mogelijke komst van het wassenbeelden-museum Madame Tussauds naar de Kalverpassage.

Deze ontwikkeling sluit naadloos aan bij **de visie die in 2021 is gelanceerd** en de gezamenlijke ambities die wij als ondernemers, eigenaren en het regieteam daarmee nastreven; het **verbeteren van de diversiteit in het aanbod**, het verduurzamen en vergroenen van de straten en het **voorkomen van (langdurige) leegstand**.

Het wassenbeeldenmuseum Madame Tussauds heeft een sterke historische band met de Kalverstraat: in 1970 opent in de Kalverstraat #156 de allereerste vestiging van Madame Tussauds buiten het Verenigd Koningrijk. Een terugkeer naar de Kalverstraat betekent niet alleen een **culturele verrijking** voor de straat, het draagt ook bij aan een **betere mix** in het gehele aanbod. Samen met de geplande realisatie van het kunstwerk *De Verbijzondering* in de nieuwe bestrating (in 2026/2027) en de verwachte heropening van het *Amsterdam Museum* (in 2028), wordt de Kalverstraat zo weer een plek waar hoogwaardige retail (als Rituals, Lego, Uniqlo) én museale beleving elkaar versterken.

Madame Tussauds heeft een **brede bezoekersmix**, waarvan meer dan de helft (!) uit nationale bezoekers bestaat. Dit past bij onze ambitie om de Kalverstraat aantrekkelijk te houden voor zowel bewoners als (inter)nationale bezoekers. Het wassenbeeldenmuseum neemt bovendien **goede maatregelen om de bezoekersstromen adequaat te managen,** waardoor de impact op de omgeving zorgvuldig wordt gereguleerd.

Last but not least; de vestiging in de Kalverpassage kan een **hard benodigde, positieve impuls geven aan dit 'tweede' deel van de Kalverstraat**, waar sprake is van afnemende aantallen passanten, een hoger verloop van retailers, een verschraling in het winkelaanbod en langdurige leegstand. Hiermee biedt de mogelijke komst van Madame Tussauds kansen voor ondernemers in dit deel van de straat.

Deze voorgenomen verhuizing gaat hand in hand met de **bredere, kwalitatieve transformatie** die wij als collectief van ondernemers en eigenaren - in samenwerking met het regieteam - realiseren. Zoals jullie weten, staat voor 2026/2027 de veelbelovende en langverwachte herprofilering van de Kalverstraat op de planning. Dit zal de uitstraling en beleving van de straat alleen maar verder versterken.

Wij hopen op uw steun voor deze positieve ontwikkeling en staan tot jullie beschikking voor eventuele verdere gesprekken over de komst van Madame Tussauds. **Laten we het samen mogelijk maken.**

Met vriendelijke groet,

**Namens de BIZ Ondernemers Kalverstraat-Heiligeweg,**
**Tineke van Alphen**