25

Vereniging Buurtbelang Museumplein

Amsterdam, 12 september 2018

Aan:

BEZWAARSCHRIFT tegen het Besluit tot verlening van een evenementenvergunning voor de Amsterdam Fashion Week (AFW) op het Museumplein, dossiernummer 2018-29763.

Geachte mevrouw De Burgemeester,

Hierbij maken wij als bestuur van de Vereniging Buurtbelang Museumplein (VBM), dat de drie omliggende buurten overkoepelt, bezwaar tegen besluit van de voorzitter van Stadsdeel Zuid over bovengenoemde evenementenvergunning (verder: 'het besluit'). Wij hebben hiervoor op 12 juli jl een zienswijze ingediend, die we hierbij meezenden (bijlage 1).

Het doel en nut van dit bezwaarschrift

Onze belangrijkste gronden om u te verzoeken het besluit in te trekken vloeien voort uit het Locatieprofiel Museumplein bij het nieuwe evenementenbeleid voor Amsterdam, dat nog zeer onlangs door de burgemeester is vastgesteld. Deze bezwaarprocedure kan daarom worden beschouwd als testcase voor de vraag wat dat beleid en die locatieprofielen werkelijk waard zijn. Materieel effect op het plaatsvinden van het intussen gehouden evenement kan deze procedure niet meer hebben. Dat is onbevredigend en een afzonderlijk punt van aandacht voor de procedure, maar het belang van uw besluit op bezwaar in deze zaak is niettemin voor de toekomst groot om precedentwerking te voorkomen.
De procedure voor het aanmelden van evenementen maakt nu onderscheid tussen Grote Evenementen (> 5000 bezoekers), die al voor 1 november van het voorafgaande jaar moeten worden aangevraagd en Overige Evenementen, die wel een voorafgaande vergunningplicht hebben, maar niet aan termijnen zijn gebonden. Ons bezwaar is dat een evenement wel degelijk grote impact kan hebben zonder vele duizenden bezoekers te trekken, maar niet hoeft te worden getoetst door de speciaal ingestelde Programmacommissie, noch aan volledige rechtsgang en bestuurlijke toetsing hoeft te worden onderworpen. Een voorbeeld is een evenement waarvoor wekenlang een groot deel van de openbare ruimte moet worden afgesloten. Wij zouden graag zien dat aanvullende criteria worden ontwikkeld bijvoorbeeld betreffende duur en ruimtebeslag, die kunnen worden toegevoegd aan de voorwaarden, zodat voor de zwaardere evenementen een ruimere termijn voor aanvraag van een evenementenvergunning zal gaan gelden.

Algemene beginselen van behoorlijk bestuur, beleidsconsistentie

Voordat we toekomen aan de ons inziens verkeerde toepassing van het Locatieprofiel Museumplein, willen we nog een belangrijke kanttekening plaatsen bij het bestreden besluit. Bij de bespreking van de binnengekomen zienswijzen in het besluit wordt met geen woord gerept over ons beleidsmatige argument dat de verplaatsing van de Amsterdam Fashion Week (verder: AFW) van het Westergasfabriek naar het Museumplein in strijd komt met een van de speerpunten van beleid van het Amsterdamse gemeentebestuur, dat weliswaar nog niet is omgezet in regels, maar waar de dagelijks bestuurder van Stadsdeel Zuid zich mede ten dienste van algemene beginselen

van behoorlijk bestuur wel aan gelegen moet laten liggen. Het betreft de spreiding van activiteiten naar de buitenwijken om de drukte in het centrum te ontlasten[1]. De herlocatie van de AFW naar het Museumplein is in flagrante strijd met dit streven.
Het niet reageren op ons argument terzake is in strijd met het motiveringsbeginsel. De inhoud van het besluit is in strijd met door het bestuur gewekte verwachtingen: het vertrouwensbeginsel.

We kennen ook de steeds luider opklinkende kritiek op de textiel-economie, met zijn snel elkaar opvolgende collecties en modetrends om de verkoop aan te jagen, die ertoe leiden dat zeer veel goede kleding voortijdig van de rekken moet worden gehaald en zelfs wordt verbrand. [2]
De tegenstroom die meer nadruk legt op duurzaamheid moet vooralsnog bij AFW het onderspit delven. Als Stadsdeel Zuid zich deze weinig maatschappelijke kant van dit bedrijf had gerealiseerd, was toch minder royaal met de vergunningverlening omgesprongen. Dit aspect staat namelijk in schril contrast met een van de hoofdpunten van het coalitieakkoord van het huidige gemeentebestuur, Amsterdam, Duurzame stad (zie p. 6 en 41/42 van dit akkoord 'Een nieuwe lente en een nieuw geluid', mei 2018) en ook dit had het Stadsdeel ter harte moeten nemen.

Locatieprofiel: openbaarheid en publieke toegankelijkheid als voorwaarde voor evenement

Een "evenement" wordt in artikel 2.1 van de APV gedefinieerd als een publiek toegankelijke gebeurtenis.
Volgens de beschikbare informatie is de AFW grotendeels[3] een besloten activiteit, die alleen op uitnodiging kan worden bijgewoond. Het lijkt ons dus niet te kwalificeren als een zuiver evenement maar in feite betreft het een oneigenlijke verhuur/uitbating van de openbare ruimte. Dit blijft zo, ondanks de dankzij een slimmigheidje die in de vergunning na de aanvraag is toegevoegd, namelijk het plaatsen van een videoscherm, waarop een deel van hetgeen zich binnen afspeelt voor het publiek wordt geprojecteerd en het inbouwen van een zogenaamd pop-up bioscoopzaaltje buiten de grote tent, waarvoor 25 bezoekers kaartjes kunnen krijgen (zonder betaling). Dit laatste begint in de buurt te komen van hetgeen bij een evenement verwacht mag worden, maar dan komt de opzet van de AFW weer in conflict met artikel 2.43 APV onder d), omdat het evenement een onevenredig groot beslag legt op de beschikbare ruimte.

De plaatsing van een videoscherm wordt door de stadsdeelvoorzitter (die aanvankelijk onder meer op AT5[4] duidelijk maakte dat de vergunningaanvraag lijdt aan een gebrek aan openheid) toegejuicht als tegemoetkoming aan het openbaarheidsvereiste, maar hij kan ons toch niet overtuigen dat hiermee het festijn opeens openbaar toegankelijk wordt. Het is als bij een staatsbezoek of een bespreking op regeringsniveau, wat achter gesloten deuren plaatsvindt, maar waar de pers toch ook een fotomoment krijgt toegewezen. Dat is waarmee het publiek het moet doen. Op 28 augustus jl deed de stadsdeelvoorzitter het in een ander AT5 nieuwsitem het voorkomen of er een reuzescherm zou staan waar veel voorbijgangers van konden genieten. Het bleef echter bij een klein scherm van circa 1,5 x 2 meter aan de zijkant van het bouwwerk, waar alleen wandelaars achter het Van Goghmuseum iets van konden merken (zie foto).
De vertoning op dat videoscherm kon zelfs door het publiek als hinderlijk uithangbord voor een commerciële aanprijzing worden beschouwd en daardoor zelfs afbreuk doen aan de opzet van het Museumplein, cultureel centrum van Nederland en ontmoetingsplaats van bezoekers daarvoor. Die zitten niet te wachten op een ellenlange reclamespot voor Hudson's Bay, H&M of exclusieve sportkleding-merken. (Bij de realisatie van het evenement bleek het videoscherm langdurig op stil te staan met alleen letters AFM of een aankondiging van de volgende show, met vermelding van het merk).

---

[1] Coalitieakkoord 'Een nieuwe lente en een nieuw geluid' onder Balans in de stad, blz. 50: We willen de lasten en lusten van toerisme beter verdelen. We zetten in op spreiding in de stad en naar de regio.

[2] Zie onder meer https://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/one-garbage-truck-of-textiles-wasted-every-second-report-creates-vision-for-change

[3] Zie https://www.parool.nl/stadsgids/dit-kan-je-zonder-uitnodiging-doen-tijdens-de-fashionweek~a4505889/

[4] Zie AT5 Nieuws d.d. 21 augustus 2018, http://www.at5.nl/gemist/tv/123/26946/-/3

Locatieprofiel: geen reclame/marketing toegestaan

Dat brengt ons op het belangrijkste bezwaar, dat ook het meest duidelijk strijd oplevert met de tekst van het Locatieprofiel Museumplein. Daar vinden wij aanknopingspunten voor talrijke vormen van culturele en maatschappelijke activiteit[5], maar één categorie past nadrukkelijk niet in de reeks, namelijk die waar de commerciële oogmerken voorop staan. Er staat namelijk uitdrukkelijk: *"Product-promotie of andere activiteiten waarbij het hoofddoel reclame/marketing is, zijn niet toegestaan"*. En, zoals wij hierna zullen toelichten, de AFW is overwegend commercieel van aard!

Bij de AFW gaat het er vooral om de nieuwste ontwerpen aan de man te brengen bij de vakhandel. Het gaat zelfs zover dat ter plaatse gelegenheid wordt geboden tijdens de AFW getoonde mode te kopen. Het Museumplein als winkelplaats.
AFW zelf is een op winst gerichte BV, die onlangs door de Telegraaf Media Groep is verkocht aan een zakenvrouw D. Bles, omdat de AFW volgens de vorige eigenaar te weinig rendabel was. Mevrouw Bles doet er alles aan de exploitatie weer winstgevend te maken. Bij die gelegenheid heeft ook de hoofdsponsor Mercedes Benz zich teruggetrokken (immers motief voor sponsoring vervalt als een organisatie zelfstandig winstgevend wil worden). Ook heeft bij de overdracht de creatief directeur van AFW, mevrouw I. Ruisch, afscheid genomen, omdat zij zich niet kon vinden in de koers van de nieuwe eigenaar[6]. Zij was kennelijk teleurgesteld omdat de stijl die zij had ingezet met de AFW niet verder kon worden voortgezet[7]. Mevrouw Ruisch organiseert nu met haar echtgenoot een eigen modepresentatie M-ODE met jonge ontwerpers, speciaal gericht op duurzame mode. Zie daar het contrast met AFW, dat ook wel enkele jonge creatieve ontwerpers een platform biedt, maar het hoofdaccent ligt toch op de gevestigde modemerken en -ketens. "De nadruk ligt binnen het bescheiden programma duidelijk op het commerciële segment" schrijft NRC op 4 september jl. (Donderdag en vrijdag 4 shows van of met jonge talenten, op de drukste dagen zaterdag en zondag 8 shows van onder meer Hudson's Bay, Lidl i.s.m. Heidi Klum[8] en het luxueuze sportkleding merk Goldbergh).[9] Het wordt toch weer een champagnefeestje voor de gevestigde modewereld.

Een opmerkelijk gegeven is dat het belangrijkste verschil tussen de opzet van de 'oude' AFW en de AFW onder de nieuwe eigenaar ons pas duidelijk werd toen we een rondleiding kregen aangeboden door mevrouw , de projectleider van dit festijn, die ook onder de Mercedes Benz-Fashion Week in de Westergasfabriek had gewerkt. Toen waren de genodigden vooral persmensen die het nieuwe modebeeld onder het publiek konden verspreiden. Nu zijn het de vaste klanten ('consumenten', inkopers) van deelnemende bedrijven, die de gelegenheid krijgen de nieuwste producten het eerst te bekijken en meteen na afloop in de foyer aan te schaffen! In de lounge/bar (voorhal) zijn zitjes aangebracht en zagen we winkeletalages zoals in een winkelstraat. De genodigden zitten ongeveer een kwartier op ongemakkelijke bankjes in de catwalkzaal (foto bijlage 2), maar de meeste tijd wordt doorgebracht in de 'lounge/bar' met hapjes en drankjes en bij de verkoop.

---

[5] De tekst luidt: "De hoofdfunctie van het plein is een plein om te verpozen. Een open en toegankelijk plein waar je een rondje loopt of even zit. Het Museumplein wordt regulier gebruikt door buurtbewoners, maar ook door toeristen die in grote getalen de buurt bezoeken. Ingangen van diverse musea zijn aan het plein gesitueerd. Ook zijn er sportvoorzieningen aanwezig zoals een halfpipe, dus ook sporters weten het veld te vinden.
Het Museumplein biedt ruimte voor culturele evenementen in de breedste zin van het woord. Hierbij wordt zoveel mogelijk aangesloten bij het karakter van de culturele instellingen gelegen aan het plein en bij de verscheidenheid aan voorkeuren binnen de bevolkingsgroepen in Amsterdam. Culturele evenementen dienen van wereldklasse te zijn en hebben een hoogwaardige uitstraling. Aan de andere kant blijft het Museumplein ook een plek waar bijzondere evenementen met een typisch Amsterdams karakter of culturele evenementen van stedelijk of (inter)nationaal belang kunnen plaatsvinden, waaronder ook sport- of aan sport gerelateerde evenementen..."

[6] Zie NRC 25 mei 2018

[7] https://i-d.vice.com/nl/article/43x8jm/iris-ruisch-over-de-nieuwe-stijl-van-de-amsterdamse-fashionweek

[8] Zie juichend artikel in FD van 10 september 2018, pag. 23, over de slimme presentatie van Lidl als modemerk

[9] Zie Het Parool, 28 augustus 2013, blz. 13, NRC van 4 sept. 2018 (https://www.nrc.nl/nieuws/2018/09/04/vanzelfsprekend-was-de-amsterdamse-modeweek-nooit-a1615249) en https://amsterdamfashionweek.nl/program/official-show/

Het is misleidend dat dit belangrijke gegeven nergens uit de vergunningaanvraag blijkt. Kennelijk heeft Stadsdeel Zuid zich laten inpakken door de verhullende praatjes in de aanvraag, die later in de bewonersbrief werden herhaald. Alleen een ingewijde had dit kunnen afleiden uit de vermelding dat nog slechts 10% van de verwachte bezoekers uit pers bestaat. En ook slechts een klein deel van de presentaties bestaat uit enkele stuks van aanstormend modetalent.
Ook het gegeven dat in de vergunningaanvraag nog wordt gewezen op een tweede locatie van het evenement, in de Jan Luijkenstraat 26 ('Department Store') is misleidend, want op het moment van vergunningaanvraag was allang duidelijk dat dit gebouw lang nog niet gereed was voor deze activiteit. Alles van de AFW, incl. directe verkoop, is dus op het Museumplein afgewerkt.
Ten slotte is natuurlijk ook het element van videoscherm en van de pop-up bioscoop niet in de vergunningaanvraag terug te vinden, omdat dit slimmigheidjes zijn die later in overleg met het stadsdeel zijn toegevoegd om de schijn van openbaarheid hoog te houden.

We kunnen lang twisten met het Stadsdeel in hoeverre modepresentaties op zichzelf cultureel of commercieel van karakter zijn. Wij zullen niet ontkennen dat er creatieve en dus culturele elementen in de modeshows kunnen zitten, maar dat geldt evenzeer voor designmeubelen of concept-care en exclusieve sportauto's. De vraag die hier doorslaggevend had moeten zijn (nu wel aangetoond) is of de AFW overwegend commercieel van opzet is. En vervolgens of deze handelsbeurs openbaar is of niet.

Vergunde ruimtebeslag niet passend bij het door het Stadsdeel beoogde culturele doel

We stellen vast dat (incl. opbouw en afbraak) gedurende tien dagen een substantieel deel van het plein aan de publieke functie van het plein zal worden (is) onttrokken. Het gaat ongeveer om een voetbalveld in oppervlakte, maar de impact op de beleving van bezoekers die het gevaarte van 6,5 meter hoog en 90 x 30 meter groot visueel zal maken, is nog veel groter. Het is een niet-functioneel opvallend wit gedrocht (voorzien van AFW-letters) dat visueel haaks staat op elke groenbeleving en idee van stedelijk schoon. Deze afzichtelijke schoenendoos is, behoudens de zogeheten pop-up bioscoop bedoeld voor studenten in het modevak, uitsluitend voor genodigden toegankelijk, dus NIET openbaar. Het publiek moet het doen met het hiervoor genoemde videoscherm. Dat brengt ons tot de volgende twee mogelijkheden:

- hetzij men wil de inhoud van de AFW als cultureel interessant beschouwen, wat het Stadsdeel betoogt. In dat geval zou op het Museumplein kunnen worden volstaan met het inrichten van dit videoscherm en zouden de besloten shows beter elders kunnen worden georganiseerd.

- hetzij we moeten de inhoud van de AFW overwegend als commercieel typeren (wat wij betogen) en dan is het videoscherm te beschouwen als een gratis reclame-uiting, zoals we in alle bushokjes aantreffen, maar dan soms bewegend en met geluid. Dus uit den boze op het Museumplein.

In alle gevallen had het grote gesloten AFW-bolwerk (de 'schoenendoos') op het Museumplein niet mogen worden toegestaan.

Wij menen daarom dat aan de besloten handelsbeurs AFW ten onrechte een evenementen-vergunning is verleend.

Het stuit ons tegen de borst dat steeds weer de eisen die in locatieprofielen zijn geformuleerd maximaal worden opgerekt om organisatoren tegemoet te komen. Evenals bij Amsterdam Polo) wordt zodoende de schijn gewekt alsof het Museumplein te koop is voor de hoogst biedende of voor de beste zakenrelaties van de gemeente.

Wij constateren dat de praktijk van het evenementenbeleid zich nu al afkeert van de uitdrukkelijk in de Nota Uitgangspunten voor een nieuw Evenementenbeleid (24 mei 2016) geformuleerde bedoeling om meer balans te brengen tussen de belangen van organisatoren / bezoekers van

evenementen en van bewoners[10]. Dit verschijnsel doet zich ook voor in andere stadsdelen[11]. Als steeds opnieuw de voorwaarden worden opgerekt, wordt het redelijke midden door een onjuiste toepassing van het beleid de facto verlaten.
Onze analyse is ook dat nog steeds elke aanvraag afzonderlijk marginaal wordt getoetst aan de locatieprofielen van de locatie die de aanvrager voorstelt. Daarbij wordt dus niet integraal gekeken naar de vraag of een andere plek wellicht geschikter zou zijn uit oogpunt van omgevingseffecten.
In het geval van het Museumplein ziet het Stadsdeel hierbij voorbij aan de omstandigheid dat deze plek voor veel organisatoren alleen al uit oogpunt van prestige (immers het culturele hart van Nederland) een grote aantrekkingskracht uitoefent.
We moeten hier zuinig mee omgaan in plaats van rekkelijk, zoals het Stadsdeel nu blijk geeft te doen.

Wij verzoeken u het bestreden besluit te vernietigen en zich ervan te vergewissen dat het Stadsdeel daaruit lering trekt voor volgende gelegenheden.

Hoogachtend,

Het bestuur van de VBM, namens
- Buurtoverleg Paulus Potter
- Buurtoverleg Concertgebouwbuurt
- Buurtoverleg Johannes Vermeerbuurt en Duivelseiland

---

[10] Letterlijke tekst van de hoofddoelstelling van het nieuwe evenementenbeleid (2016): "Evenementen leggen een duurzame verbinding met de stad en haar bewoners, ondernemers en instellingen, dragen bij aan de leefbaarheid en houden zo goed mogelijk rekening met de woonomgeving. Evenementen bevorderen de aantrekkelijkheid en positieve beleving van de stad bij bewoners en bezoekers en positioneren de stad als leefbare, creatieve, innovatieve en dynamische hoofdstad." Zie https://www.gwl-terrein.nl/files/artikelen/Uitgangspunten_evenementenbeleid_2016.05.24.pdf
Zie ook brief van de burgemeester aan de raadscommissie Algemene Zaken van 6-9-2018, gedateerd 9 april jl: "Het nieuwe beleid werd in de beraadslaging gekenschetst als het resultaat van een intensief proces waar alle belanghebbenden gelegenheid is geboden inbreng te leveren en waarbij uiteindelijk is uitgekomen op het "redelijke midden"."

[11] Wij verwijzen naar te royale vergunningverlening in Sloterpark ten behoeve van Loveland, in park Frankendael ten behoeve van een studentenfeest en verschillende voorbeelden in Westerpark. In Stadsdeel Zuid werd zonder aanwijsbare reden ontheffing verleend van de geluidsnormen tot 95 dB (C).