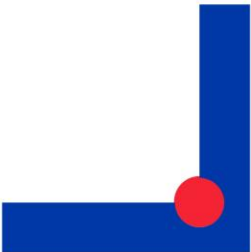






**Verkenning evenementen
Hoekenrodeplein
Amsterdam Zuidoost**



Concept eindrapport

**BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING**

Status:

Concept eindrapport

Datum:

11 januari 2012

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv

Silodam 1E

1013 AL Amsterdam

020 - 625 42 67

www.stedplan.nl

amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:

Saskia Koene en Aart Jan van Duren

Voor meer informatie: ajvd@stedplan.nl

In opdracht van:

Stadsdeel Zuidoost, gemeente Amsterdam



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2011.A.600

Referentie: Verkenning evenementen Hoekenrodeplein

Inhoudsopgave

	Pagina
Samenvatting	4
Inleiding	8
1 Schets uitgangssituatie	9
1.1 De locatie	
1.2 Huidig bezoekersprofiel	
1.3 Bevolkingskenmerken verzorgingsgebied	
2 Trends en ontwikkelingen en huidig evenementenaanbod	17
2.1 Het huidige evenementenaanbod	
2.2 Locaties voor buitenevenementen	
2.3 Trends en ontwikkelingen in vrije tijd en evenementen	
3 Toekomstperspectief	21
3.1 Doelstellingen en ambities centrumgebied Zuidoost	
3.2 Het nieuwe Hoekenrodeplein	
3.3 SWOT-analyse Hoekenrodeplein als evenementenlocatie	
4 Nadere uitwerking evenementen Hoekenrodeplein	26
4.1 Ambities en randvoorwaarden	
4.2 Uitgangspunten	
4.3 Potentiële evenementen	
4.4 Afwegingskader	
4.5 De rol van het stadsdeel	
Bijlage I Lijst van geïnterviewden	37
Bijlage II Overzicht publiekstrekkers ArenApoort	38

Samenvatting

Aanleiding

In juni 2011 is met de herontwikkeling van het Nieuw Amsterdam Gebouw het startsein gegeven voor de herinrichting van het Hoekenrodeplein. De ambitie is om van het plein een levendig stadsplein te maken met een verbindende functie tussen de delen ten westen (o.a. ArenA Blvd) en ten oosten (Amsterdamse Poort) van station Bijlmer ArenA. De herinrichting van het plein biedt onder andere de kans om het plein in te richten als evenementenlocatie. Het stadsdeel wil dat er meer evenementen in het stadsdeel plaatsvinden met als doel het bevorderen van de positieve beleving bij bewoners, bedrijven en bezoekers en Zuidoost te positioneren als gastvrij, creatief en levendig. Mede in dit kader heeft VVD in juni 2011 een motie ingediend om de mogelijkheden te onderzoeken van het organiseren van (zondagse) (thema)markten. Hiervoor komt in eerste instantie het Hoekenrodeplein in beeld.

Vraagstelling

Met de motie van VVD als directe aanleiding heeft stadsdeel Zuidoost Bureau Stedelijke Planning gevraagd om een onderzoek uit te voeren naar de haalbaarheid van het organiseren van evenementen op het plein, welke typen evenementen geschikt zijn en onder welke randvoorwaarden ze kunnen plaatsvinden (o.a. met betrekking tot het ontwerp van het plein¹). Gezien de grote potenties van het Hoekenrodeplein en de grote ambities van het stadsdeel is het vraagstuk breder getrokken dan alleen (thema)markten.

Locatieprofiel Hoekenrodeplein

Het Hoekenrodeplein ligt centraal in het gebied ArenApoort, wat zich uitstrekt van de studio's van Endemol aan de westzijde tot het Anton de Komplein achter stadsdeelwinkelcentrum Amsterdamse Poort in het oosten. Het Hoekenrodeplein is de schakel tussen enerzijds de grootstedelijke functies ten westen van station Bijlmer ArenA (o.a. ArenA blvd) en de stadsdeelverzorgende functies aan de oostzijde (winkelcentrum Amsterdamse Poort, stadsdeelnkantoor etc.). Met de herinrichting van het Hoekenrodeplein, de herontwikkeling van het Nieuw Amsterdam Gebouw en de nieuwe invulling (o.a. horeca met terras) wordt een levendig plein gecreëerd wat de potentie heeft om beide gebieden meer aan elkaar te smeden. Het moet het hart worden van Amsterdam Zuidoost. Naast het Hoekenrodeplein zijn er in ArenApoort nog 8 andere locaties geschikt voor openluchtevenementen, elk met een andere omvang en karakter. In 2012 komt daar nog een locatie bij (plein Ziggo Dome). Het Hoekenrodeplein kan qua profiel beschouwd worden als de intieme tegenhanger van de locaties op en rond de ArenA Boulevard.

¹ Parallel aan dit onderzoek werkt Karres en Brands landschapsarchitecten aan een nieuw ontwerp voor de openbare ruimte van het Hoekenrodeplein.

Bezoekersprofiel²

- Op jaarbasis bezoeken circa zes miljoen mensen het ArenApoort-gebied. Hierbij is het station het meest bezochte deel. Ongeveer een derde van de bezoekers van het stationsgebied loopt vanaf daar over het Hoekenrodeplein naar bijvoorbeeld het winkelcentrum, onderwijsinstelling of kantoor. Dit komt neer op circa 100.000 bezoekers per week. Een veel kleiner deel loopt westwaarts. De west- en oostzijde van station Bijlmer ArenA functioneren min of meer als gescheiden werelden; er is nog onvoldoende wisselwerking. Slechts weinig mensen lopen van het ArenA-gebied naar Amsterdamse Poort en andersom. Daarnaast is er ook nog onvoldoende doorloop van de oostzijde van Amsterdamse Poort (Anton de Komplein) naar het Hoekenrodeplein en verder: slechts 1% van de bezoekers legt deze route af.
- In het weekend is het aanzienlijk rustiger dan op doordeweekse dagen vanwege het ontbreken van kantoorpersoneel en studenten. Daarnaast verschuift in het weekend het drukste punt verschuift meer westwaarts naar het ArenAgebied.
- Ongeveer de helft van de bezoekers aan het gebied is afkomstig uit Zuidoost zelf en komen vooral voor het doen van de dagelijkse boodschappen in winkelcentrum Amsterdamse Poort. Krap een derde van de bezoekers komt van buiten de regio Amsterdam. Deze mensen maken van het station gebruik, komen om te winkelen of voor werk. Ongeveer 20% van de bezoekers komt uit overige delen van Amsterdam, met als voornaamste doel werk.
- Door de grote hoeveelheid verschillende doelgroepen in het gebied lopen de bezoekerskenmerken nogal uiteen. Zo is er een grote groep met een benedenmodaal inkomen (47%) en een iets minder grote groep met een bovenmodaal inkomen (31%). De groep bovenmodale inkomens bestaat vooral uit kantoorpersoneel en valt in het weekend weg. Middeninkomens zijn in het gebied ondervertegenwoordigd, op alle dagen van de week.

De komst van horeca op het Hoekenrodeplein is een belangrijke eerste stap beide gebieden zowel ruimtelijk (stimuleren loopstromen van west naar oost en andersom) als functioneel (combineren doelgroepen) aan elkaar te smeden. De organisatie van evenementen kan hier verder een belangrijke bijdrage aan leveren.

Uitgangspunten evenementen Hoekenrodeplein

Op basis van expert opinie en interviews met diverse betrokkenen in het gebied zijn de volgende uitgangspunten opgesteld ten aanzien van evenementen op het Hoekenrodeplein:

- Voorop staat de realisatie van een plein dat het **gehele jaar door levendig** is. Evenementen moeten zich voegen naar de inrichting van het plein en niet andersom. De inrichting van het plein moet de organisatie van evenementen wel faciliteren.
- Het plein is geschikt voor evenementen met een **medium** (stedelijk/bovenlokaal: > 2.000 bezoekers) **en laag profiel** (lokaal: < 2.000 bezoekers)
- Het evenement past bij het karakter van het Hoekenrodeplein als foyer en visitekaartje van Zuidoost. In die zin zijn laagwaardige evenementen ongepast, zoals kermissen en circussen.
- Een evenement op het Hoekenrodeplein draagt bij voorkeur bij aan het bevorderen van de **wisselwerking** tussen de ArenA Boulevard en winkelcentrum Amsterdamse

² De bezoekersinformatie is primair gebaseerd op de uitkomsten van het passantenonderzoek van Strabo (2009) in het centrumgebied ArenApoort.

Poort en de doorbloeding in het gehele gebied. Bestaande **zichtlijnen en doorloopmogelijkheden** moeten hiervoor behouden blijven.

- Het evenement trekt **meer bezoekers en zorgt voor levendigheid** op de traditionele rustige momenten in het gebied, zoals 's avonds (tussen sluitingstijd winkels en start evenementen ArenAboulevard) en in de weekenden.
- Evenementen op het plein komen voort uit **marktinitiatieven**. De rol van het stadsdeel is om zoveel mogelijk marktinitiatieven te faciliteren, te coördineren en te stimuleren.
- Alle evenementen met een **laag en medium profiel** mogen op het plein plaatsvinden, mits ze niet laagwaardig zijn en voldoen aan de harde randvoorwaarden (ten aanzien van doorgang, geluid etc.). Een te strakke programmering heeft niet de voorkeur.
- De evenementen vinden plaats in de open lucht en zijn toegankelijk voor iedereen (laagdrempelig).
- Het evenement moet **aanvullend zijn** ten opzichte van andere evenementen in het gebied. Afstemming van de programmering is hiervoor noodzakelijk met andere ondernemingen in het gebied.
- De evenementen sluiten aan bij de wensen van de huidige aanwezige doelgroepen in het gebied en hebben de potentie om nog ondervertegenwoordigde doelgroepen aan te trekken (o.a. middenklasse).

Geschiede evenementen

Gegeven het uitgangspunt dat het Hoekenrodeplein een stedelijk plein is, dat als scharnierpunt fungeert tussen station en winkelcentrum, en tussen het robuuste, grootschalige karakter van de ArenAboulevard en het meer intieme, kleinschaliger karakter van het gebied rond de Amsterdamse Poort, zijn de volgende keuzes gemaakt:

- Focus op evenementen die passen bij de omliggende functies en die een aantrekkingskracht en bereik hebben voor de inwoners van Zuidoost, al dan niet in combinatie met bezoekers van daarbuiten, en een **brede doelgroep** aanspreken;
- Evenementen die **openbaar toegankelijk** zijn en **laagdrempelig** en die zijn **ingebed in hun omgeving**, en **naar buiten gericht** zijn.

De te organiseren evenementen hebben de meeste kans van slagen – en dragen daardoor het meeste bij aan het gebied – als ze passen bij de huidige functies en doelgroepen in het ArenApoort-gebied. Geadviseerd wordt te kiezen voor evenementen in de volgende thema's:

1. **Uitgaan: muziek, dans, film en theater:** aansluitend op programmering Heineken Music Hall, ArenA stadion, Pathé bioscoop en toekomstig Ziggo Dome en eerder gehouden dansevenementen (bv. Dansi).
2. **Sport:** aansluitend bij ArenA stadion, grote sportwinkels in het gebied (Decathlon, Perry Sport) en het Zomerfestival (evenement rondom straatvoetbal);
3. **Food:** aansluitend bij Amsterdamse Poort als belangrijk centrum voor de dagelijkse boodschappen en de unieke combinatie van een grote hoeveelheid eetculturen in Zuidoost.
4. **Overig:** bijvoorbeeld pop-up stores.

In het onderzoek zijn bij deze thema's voorbeelden van evenementen aangehaald, die vervolgens indicatief zijn beoordeeld op de volgende criteria:

- Breedte van de doelgroep en het geografisch bereik;

- Het effect op de detailhandel en horeca in de directe omgeving;
- De passendheid bij de gewenste uitstraling van het toekomstige plein en bij de overige evenementenlocaties, zowel in de ArenApoort als daarbuiten;
- De bijdrage aan het imago van Amsterdam-Zuidoost.

De evenementen die het beste passen bij de ambities van het stadsdeel ten aanzien van het Hoekenrodeplein en de (toekomstige) inrichting van het plein zijn de evenementen met een laag/medium of medium/hog profiel. Deze dragen het meeste bij aan de gewenste scharnierfunctie van het Hoekenrodeplein, omdat ze zich qua schaal tussen het profiel van de ArenAboulevard enerzijds en Amsterdamse Poort anderzijds bevinden. Het Hoekenrodeplein zal voor de evenementen met een hoog profiel – of medium evenementen die naar een hoog profiel neigen - naar verwachting concurrentie ondervinden van locaties op en rond de ArenAboulevard (o.a. ArenApark, Ziggo Dome). Het aanbrengen van hoogwaardige plug-and-play voorzieningen kan het plein een concurrentievoordeel geven boven de andere alternatieven.

Het is van belang om op voorhand geen evenementen uit te sluiten om aan de ambitie van een levendig stadspan te voldoen, behalve de evenementen die niet passen bij de (technische) randvoorwaarden van het plein. Evenementen met een hoog profiel zijn bij voorbaat niet geschikt voor het Hoekenrodeplein, tenzij het Hoekenrodeplein als overloop fungeert voor evenementen aan en rond de ArenAboulevard (hoog profiel). De focus dient in eerste instantie te liggen op evenementen met een laag/medium of medium/hog profiel, maar evenementen met een laag (lokaal) profiel zijn ook zeer gewenst. Evenementen met een lokaal profiel dragen ook bij aan de levendigheid op het plein en kunnen een belangrijke spin-off hebben. Zo dragen ze bij aan de naamsbekendheid van het plein voor evenementen.

Inleiding

In juni 2011 is met de herontwikkeling van het Nieuw Amsterdam Gebouw het startsein gegeven voor de herinrichting van het Hoekenrodeplein. De ambitie is om van het plein een levendig stadspan te maken met een verbindende functie tussen de delen ten westen (o.a. ArenA Blvd) en ten oosten (Amsterdamse Poort) van station Bijlmer ArenA. De herinrichting van het plein biedt onder andere de kans om het plein in te richten als evenementenlocatie. Het stadsdeel wil dat er meer evenementen in het stadsdeel plaatsvinden met als doel het bevorderen van de positieve beleving bij bewoners, bedrijven en bezoekers en Zuidoost te positioneren als gastvrij, creatief en levendig³. Mede in dit kader heeft VVD in juni 2011 een motie ingediend om de mogelijkheden te onderzoeken van het organiseren van (zondagse) (thema)markten met een aantrekkingskracht tot buiten het stadsdeel. Hiervoor komt in eerste instantie het Hoekenrodeplein in beeld.

Vraagstelling

Met de motie van VVD als directe aanleiding heeft stadsdeel Zuidoost Bureau Stedelijke Planning gevraagd om een onderzoek uit te voeren naar de haalbaarheid van het organiseren van evenementen op het plein, welke typen evenementen geschikt zijn en onder welke randvoorwaarden ze kunnen plaatsvinden (o.a. met betrekking tot het ontwerp van het plein⁴). Gezien de grote potenties van het Hoekenrodeplein en de grote ambities van het stadsdeel is het vraagstuk breder getrokken dan alleen (thema)markten.

Leeswijzer

Het rapport is als volgt opgebouwd:

- **Hoofdstuk 1:** schets de uitgangssituatie, karakteristieken en functioneren van het Hoekenrodeplein en het ArenApoort-gebied en de kenmerken van de bezoekers van het gebied en de bewoners in het verzorgingsgebied;
- **Hoofdstuk 2:** overzicht van het huidige evenementenaanbod in het stadsdeel en de belangrijkste trends voor vrije tijd en evenementen;
- **Hoofdstuk 3:** beschrijving van het toekomstperspectief voor evenementen op het Hoekenrodeplein. Ook wordt ingegaan op de doelstellingen en ambities van het stadsdeel voor het gebied ArenApoort en evenementen in het algemeen. Ook komen de plannen voor herinrichting van het Hoekenrodeplein aan bod en een SWOT-analyse. ;
- **Hoofdstuk 4:** definiëring uitgangspunten voor nieuw evenement in Zuidoost en specifiek op het Hoekenrodeplein. Aan bod komen de ambities en randvoorwaarden, de uitgangspunten en een afweging en selectie van geschikte typen evenementen. Ook wordt in dit hoofdstuk ingegaan op de rol van de gemeente in het organiseren en aantrekken van evenementen op het Hoekenrodeplein.

³ Bron: Gemeente Amsterdam, stadsdeel Zuidoost (2010), Conceptnota evenementenbeleid Amsterdam Zuidoost.

⁴ Parallel aan dit onderzoek werkt Karres en Brands landschapsarchitecten aan een nieuw ontwerp voor de openbare ruimte van het Hoekenrodeplein.

1 Schets uitgangssituatie

In dit hoofdstuk zoomen wij in op de karakteristieken en het functioneren van het Hoekenrodeplein en het ArenApoort-gebied (1.1). Ook worden de karakteristieken van de bezoekers (1.2) en de bewoners in het verzorgingsgebied (1.3) beschreven.

1.1 De locatie

Het Hoekenrodeplein ligt direct naast station Bijlmer ArenaA en bevindt zich tussen winkelcentrum Amsterdamse Poort en het station in. Het plein wordt aan drie zijden omsloten door het Nieuw Amsterdam Gebouw en heeft na herontwikkeling van dat gebouw een omvang van 7.500 m²: vergelijkbaar met de omvang van de Dam (het deel tussen Rokin en Koninklijk Paleis). Met de herinrichting van het Hoekenrodeplein tot evenementenplein krijgt stadsdeel Zuidoost er een aantrekkelijke locatie bij voor evenementen met een medium profiel. Dit zijn evenementen met een stedelijke en/of regionale aantrekkingskracht met meer dan 2.000 bezoekers, die bij voorkeur bijdragen aan de identiteit en doelen van het stadsdeel. Ook aan evenementen met een lokaal profiel kan worden gedacht vanwege de ligging direct naast Amsterdamse Poort. Door de ligging naast het station Bijlmer Arena is de locatie zeer goed met het openbaar vervoer te bereiken, zowel vanuit de omliggende regio als vanuit de stad Utrecht. Alle vormen van openbaar vervoer komen op het station samen: bus (ook streekbus en Zuidtangent), metro, stoptrein en intercity. De locatie is ook per auto goed te bereiken. Rond de Arena Boulevard is voldoende parkeergelegenheid beschikbaar⁵ (tenzij er een grootschalig evenement plaatsvindt in bijvoorbeeld het Arena-stadion).

Figuur 1 ArenApoort: een mix van grootstedelijke en stadsdeelverzorgende functies



Bron: www.arena-boulevard.nl

Het Hoekenrodeplein ligt centraal in het gebied **ArenApoort**, wat zich uitstrekt van de studio's van Endemol aan de westzijde tot het Anton de Komplein achter stadsdeelwinkelcentrum Amsterdamse Poort in het oosten. Het ArenApoort gebied is

⁵ Bijvoorbeeld P1, P3, P4, P5, P6, P19, P21 en P22.

een zeer dynamische omgeving met een mix van functies, zoals winkelen, uitgaan, werken, sport en vervoer. Het Hoekenrodeplein is de **schakel** tussen de grootstedelijke functies aan de westelijk gelegen Arena Boulevard en de stadsdeelverzorgende functies aan de oostzijde (winkelcentrum Amsterdamse Poort, stadsdeelkantoor etc.). Het gebied wordt doorsneden door het spoor en het station Bijlmer Arena. Met de herinrichting van het Hoekenrodeplein, de herontwikkeling van het Nieuw Amsterdam gebouw en de nieuwe invulling (o.a. horeca met terras) wordt een levendig plein gecreëerd wat de potentie heeft om beide gebieden meer aan elkaar te smeden. Met de sloop van het bouwwerk ('wybertje') in de onderdoorgang van het Nieuw Amsterdam Gebouw is een goede start gemaakt. Daarnaast draagt de recente opening van winkelruimte (Esprit Outlet) in de plint aan de noordzijde onder station Bijlmer Arena hier aan bij. In de toekomstvisie van het stadsdeel krijgt het Hoekenrodeplein een belangrijke schakelfunctie als **bruisend hart** van Amsterdam Zuidoost (zie paragraaf 2.2).

Publiekstrekkers ArenApoort (weekend)⁶

In de ArenApoort zijn diverse publiekstrekkende functies aanwezig, waar ook (regelmatig) in het weekend activiteit is. Er is een groot verschil in bezoekmotieven doordeweeks en in het weekend. Op doordeweekse dagen bepalen kantoorpersoneel en studenten in belangrijke mate het beeld. In het weekend is dit profiel wezenlijk anders en zijn het vooral bezoekers van de detailhandels- en leisurefuncties en station Bijlmer Arena die het beeld bepalen.

De bezoekersstroom in het weekend is sterk wisselend en afhankelijk van de georganiseerde evenementen. Functies als de **bioscoop** en de **winkels aan de ArenA Boulevard** zorgen in het weekend voor een continue bezoekersstroom, omdat ze zowel op zaterdag als zondag geopend zijn. Winkelcentrum **Amsterdamse Poort** en **Villa Arena** trekken vooral op zaterdag publiek. Beide winkelgebieden mogen elke zondag open, maar maken hier vooralsnog geen gebruik van. Villa Arena is alleen van september tot en met april elke zondag open. Daarbuiten is de woonmall één keer per maand op zondag open. Winkelcentrum Amsterdamse Poort houdt ook één keer per maand koopzondag. Daarbuiten is slechts een deel van de winkels (met name de supermarkten en de HEMA) elke zondag geopend. Evenementen in het **Arena stadion** vinden infrequent plaats, in het voetbalseizoen gemiddeld drie keer per maand. Evenementen in de **Heineken Music Hall** vinden vooral 's avonds plaats.

Evenementen van een bescheidener profiel vinden daarnaast plaats rond het Anton de Komplein en het Bijlmerpark, waaronder in het **Bijlmer Sport Centrum** en het **Bijlmerpark Theater**.

In bijlage II is een overzicht opgenomen van de publiekstrekkers in ArenApoort met meer informatie over de programmering en de bezoekersaantallen.

⁶ Bronnen: Projectbureau Zuidoostlob, website Arena-Boulevard, weblog Emile Jaensch (vice voorzitter dagelijks bestuur Zuidoost)

Tabel 1 Activiteiten ArenApoort gebied in het weekend

Functie	Frequentie zaterdag	Openings- tijden zaterdag	Frequentie zondag	Openings- tijden zondag	Omvang/ max. aantal bezoekers
Pathé bioscoop	Elke zaterdag		Elke zondag	Hele dag	14 zalen
Winkels Arena Blvd	Elke zaterdag	9.30 – 19.00	Elke zondag	11-17	17.000 m ² wvo
Villa ArenaA	Elke zaterdag	10.00 – 17.30	Sept t/m april: elke zondag Mei t/m aug: laatste zondag v/d maand	Sept/apr 11-17	70.000 m ² wvo
ArenA Stadion	Zeer beperkt (Toppers)	v/a 20.00	Aug t/m dec en febr t/m begin mei 3x per maand	12-18	50.000 bezoekers
Amsterdamse Poort	Elke zaterdag	9.00 – 17.00	Laatste zondag v/d maand	12-18	
Endemol studio's	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.
Heineken Music Hall	1/2 x per maand	v/a 20.00	1 x per maand	v/a 20.00	5.500 bezoekers
Bijlmer Sport Centrum	Elke zaterdag	+/- 8 – 20	Elke zondag	+/- 8-20	n.b.
Bijlmerpark Theater	Elke zaterdag	V/a 20.00	Bijna elke zondag	Varieert	2 zalen, 430 stoelen

Bezoekersstromen ArenApoort⁷

In 2009 is in ArenApoort door Strabo een passantenonderzoek⁸ gehouden dat inzicht geeft in de bezoekersstromen en het bezoekersprofiel in ArenApoort. Hieruit bleek dat de diverse functies in ArenApoort gezamenlijk circa **zes miljoen bezoekers per jaar** trekken (ruim 115.000 per week), exclusief station Bijlmer Arena en gecorrigeerd voor dubbeltellingen⁹. Op drukke dagen kan het voorkomen dat er 100.000 mensen tegelijkertijd in het gebied aanwezig zijn. Met de verdere ontwikkeling van ArenApoort (o.a. realisatie Ziggo Dome) zal het bezoekersaantal in de toekomst toenemen.

Inclusief station Bijlmer Arena trekt het centrumgebied van ArenApoort wekelijks ongeveer 340.000 bezoekers, gecorrigeerd voor dubbeltellingen. Donderdag en vrijdag zijn de drukste dagen van de week en zaterdag is de meest rustige dag vanwege het ontbreken van kantoorpersoneel en studenten. Dit is terug te zien in de bezoekersaantallen van het stationsgebied. Op doordeweekse dagen is het stationsgebied verreweg het drukste punt in ArenApoort en het ArenAgebied het minst druk. In het weekend zijn de rollen omgedraaid; dan is ArenAgebied het drukste punt en het stationsgebied het minst. In totaal doet circa 70% van de bezoekers aan ArenApoort gedurende de hele week het stationsgebied aan.

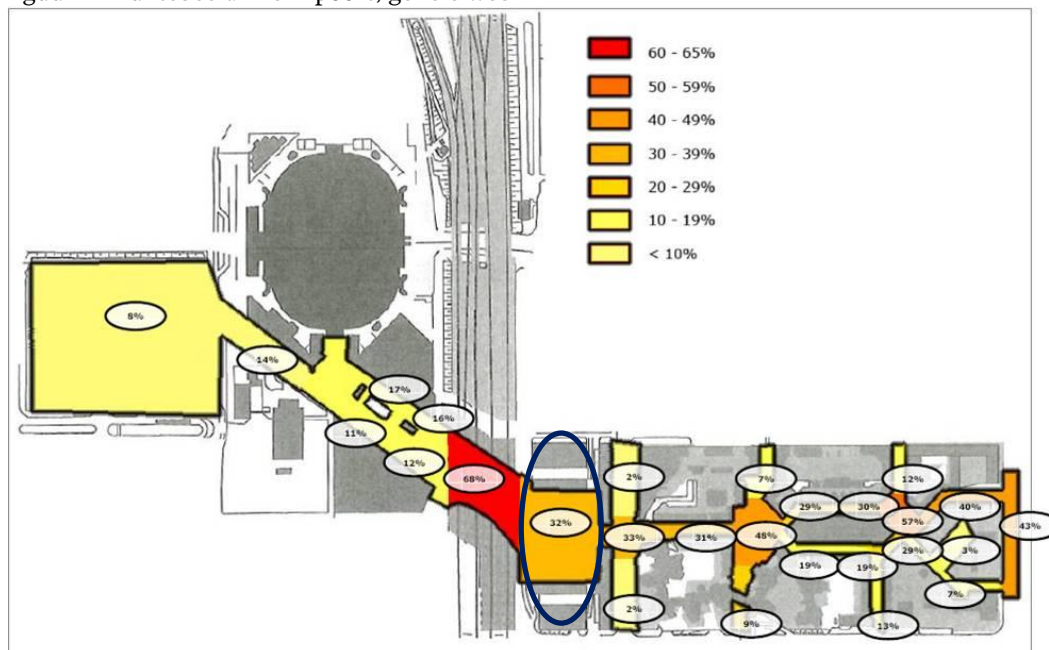
⁷ Bron: Strabo (2009), Passantenonderzoek Centrumgebied ArenApoort.

⁸ Bron: Strabo (2009), Passantenonderzoek Centrumgebied ArenApoort.

⁹ ArenApoort: 339.565 bezoekers per week (incl. weekend) minus bezoekers stationsgebied 228.017, gecorrigeerd voor dubbeltellingen. Bron: Strabo (2009), Passantenonderzoek centrumgebied ArenApoort.

Na het stationsgebied trekt winkelcentrum Amsterdamse Poort de meeste bezoekers. De drukste punten in het winkelcentrum zijn het kleine Bijlmerplein/ horecaplein (57% v/d bezoekers in ArenApoort), het grote Bijlmerplein (48%) en het Anton de Komplein (43%). Het Hoekenrodeplein is hierna het drukste punt. Ongeveer een derde van het aantal bezoekers aan ArenApoort doet het plein aan. Dit komt neer op ongeveer 100.000 bezoekers per week (excl. dubbeltellingen): een belangrijk aanknopingspunt voor het houden van een evenement.

Figuur 2 Drukbeeld ArenApoort, gehele week



Bron: Strabo, 2009

Het station is het belangrijkste bronpunt in het gebied, ondanks dat ruim de helft (51%) van de passanten op het station overstappers betreft en binnen het stationsgebied blijft. Ongeveer een derde van de bezoekers met het station als startpunt gaat oostwaarts, over het Hoekenrodeplein naar winkelcentrum Amsterdamse Poort of de onderwijsinstellingen en kantoren in de omgeving. De bezoekersstroom van station naar het winkelcentrum stopt grotendeels ongeveer ter hoogte van het kleine Bijlmerplein/horecaplein. Een klein deel (9%) loopt helemaal door tot het Anton de Komplein.

Slechts 16% van het aantal bezoekers aan het gebied met het station als bronpunt loopt westwaarts de ArenAboulevard op. Dit toont aan dat de westzijde en oostzijde van het station functioneren als min of meer gescheiden werelden. De oostzijde kent een grote penetratie vanaf het station, terwijl de westzijde meer door autoklanten wordt bezocht. Er is **weinig wisselwerking** tussen beide gebieden. Dit wordt ook ondersteund door de bevinding dat slechts 1% van de bezoekers die via de oostzijde (Anton de Komplein) het gebied binnenkomt, doorloopt tot de ArenAboulevard.

1.2 Huidig bezoekersprofiel

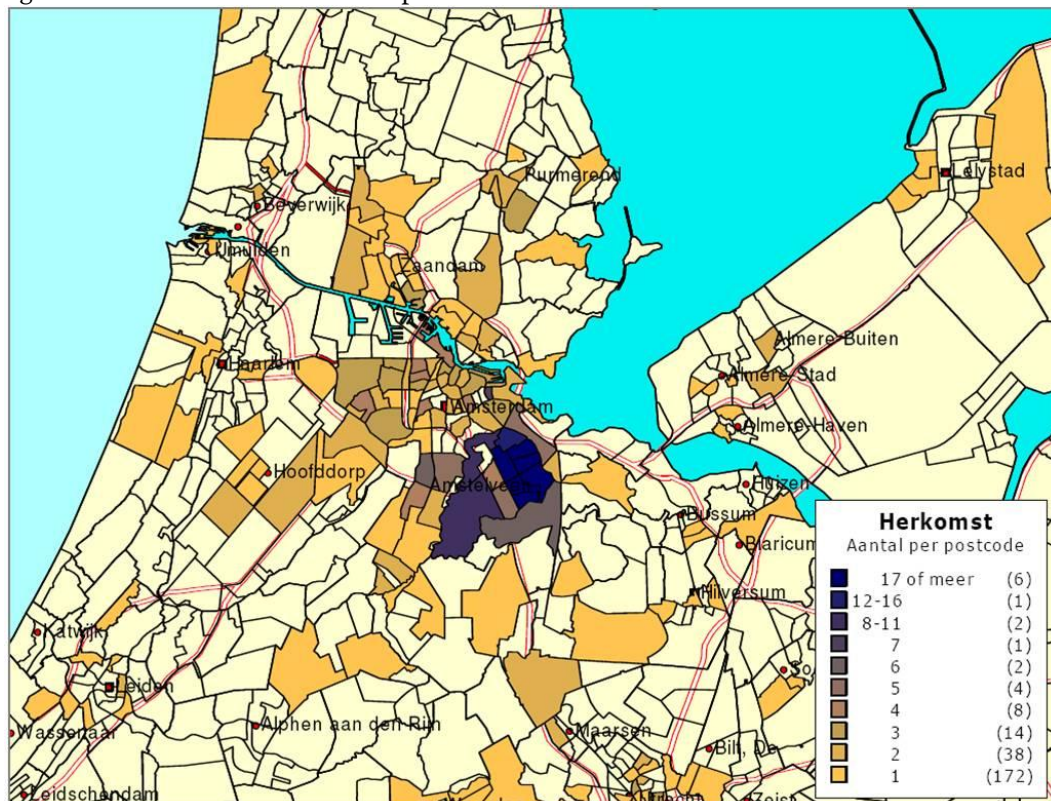
De bezoekers aan ArenApoort zijn grofweg in **zes doelgroepen** in te delen:

- Bewoners van het gebied;
- Winkelend publiek (Amsterdamse Poort, Villa ArenA, ArenAvenue);
- Bezoekers van leisurevoorzieningen (Pathé, HMH, ArenA stadion, Endemol studio's, Ziggo Dome);
- Kantoorpersoneel;
- Studenten;
- Overstappers station Zuidoost.

Elke doelgroep kent zijn eigen voorkeuren voor vrijetijdsbesteding. De te organiseren evenementen moeten hier zo goed mogelijk op aansluiten. Strabo heeft onderzocht in welke verhoudingen de doelgroepen voorkomen in ArenApoort en met welke motieven zij het gebied bezoeken:

- Op reguliere dagen (zonder grote evenementen) komen de meeste bezoekers van ArenApoort om te **winkelen**, in totaal 43%. Hiervan komt de meerderheid (30%) voor de **dagelijkse boodschappen** in Amsterdamse Poort en 13% voor doelgericht of recreatief winkelen. Het overige deel heeft **zakelijke motieven** (12%) of komt voor school (6%). Een vrij grote groep is te typeren als **overstapper** (16%).

Figuur 3 Herkomst bezoekers ArenApoort



Bron: Strabo, 2009

- De **grootste groep bezoekers is afkomstig uit Zuidoost zelf** (49%). Deze mensen komen vooral om boodschappen te doen (23%), te winkelen (5%) of om van het OV gebruik te maken (6%). Een groot deel (11%) heeft andere motieven om het gebied te bezoeken (bv. onderweg naar huis).

- Het resterende deel van de bezoekers komt vooral van buiten de regio Amsterdam¹⁰ (30%). Dit betreft mensen die van het station gebruik maken (7%), komen winkelen (5%) of met een zakelijk motief (5%). De herkomst van bezoekers van buiten de regio is zeer divers. Zo komen er bezoekers uit Utrecht, Beverwijk, Lelystad, Zaandam, Purmerend en Hoorn.
- Bezoekers vanuit de regio Amsterdam (21%) hebben vooral een zakelijk motief (5%), maken gebruik van het openbaar vervoer (7%) of komen voor de boodschappen (4%).
- De bezoekers aan het gebied zijn over het algemeen vrij **jong**: 42% is jonger dan 35 jaar en 45% is tussen de 35 en 55 jaar. Een klein deel (14%) is 55 jaar of ouder. Deze leeftijdsverdeling geldt zowel op doordeweekse dagen als in het weekend.
- Ongeveer de helft van de bezoekers (47%) heeft een **benedenmodaal inkomen**, 31% heeft een bovenmodaal inkomen. Het zijn vooral de mensen met bezoekdoel boodschappen doen (vooral lokaal publiek) die een benedenmodaal inkomen hebben (59%). De relatief grote groep bovenmodale inkomens is te verklaren door de aanwezigheid van relatief veel hoogopgeleid kantoorpersoneel (ING). Deze groep valt in het weekend weg, waardoor in het weekend vooral bezoekers met een benedenmodaal inkomen overblijven. Opvallend is de kleine groep modale inkomens.
- De meeste mensen die het gebied bezoeken komen alleen: 40% bestaat uit alleengaande mannen en 36% uit alleengaande vrouwen. Een andere veelvoorkomende samenstelling is man en vrouw samen (9%). Het gebied wordt weinig bezocht in combinatie met kinderen.
- De meerderheid van de bezoekers komt met het **openbaar vervoer** (42%), gevolgd door auto/motor (25%) en te voet (24%).

1.3 Bevolkingskenmerken verzorgingsgebied

Uit de vorige paragraaf is gebleken dat circa de helft van de (reguliere) bezoekers van ArenApoort afkomstig is uit het stadsdeel zelf. De overige helft is vooral afkomstig van buiten de regio Amsterdam (30%), gevolgd door bezoekers uit overig Amsterdam, Diemen en Amstelveen (21%). Met de ambitie voor de organisatie van evenementen met een stedelijke en/of regionale aantrekkingskracht is het van belang om aan te sluiten bij de voorkeuren van de huidige doelgroepen (1.2), maar ook om nog ondervertegenwoordigde doelgroepen aan te trekken (waaronder de middenklasse). Daarnaast is belangrijk dat het evenement ook aanslaat bij het lokale publiek (zie ook 3.1). In dit kader is een primair en secundair gebied bepaald.

Kenmerken primair gebied

Het primaire gebied beslaat geheel stadsdeel Zuidoost. In het stadsdeel wonen ruim 81.000 inwoners. Kenmerkend aan het bevolkingsprofiel is de relatief jonge bevolking, grote huishoudens (voor grootstedelijke begrippen) en een zeer hoog aandeel inwoners van niet-westerse afkomst (63%). Het inkomen per inwoner ligt gemiddeld 16% onder het landelijk gemiddelde. Zuidoost kent een grote Surinaamse gemeenschap. Van de niet-westerse allochtonen maakt deze groep ruim 50% uit – een derde van de totale bevolking in Zuidoost. Ook woont er een vrij grote groep inwoners waarvan tenminste een van de ouders afkomstig is uit de Nederlandse Antillen en Aruba (9%).

¹⁰ Regio Amsterdam: overige stadsdelen Amsterdam, Amstelveen en Diemen.

Tabel 2 Bevolkingskenmerken Amsterdam Zuidoost, secundair verzorgingsgebied vs. Nederland

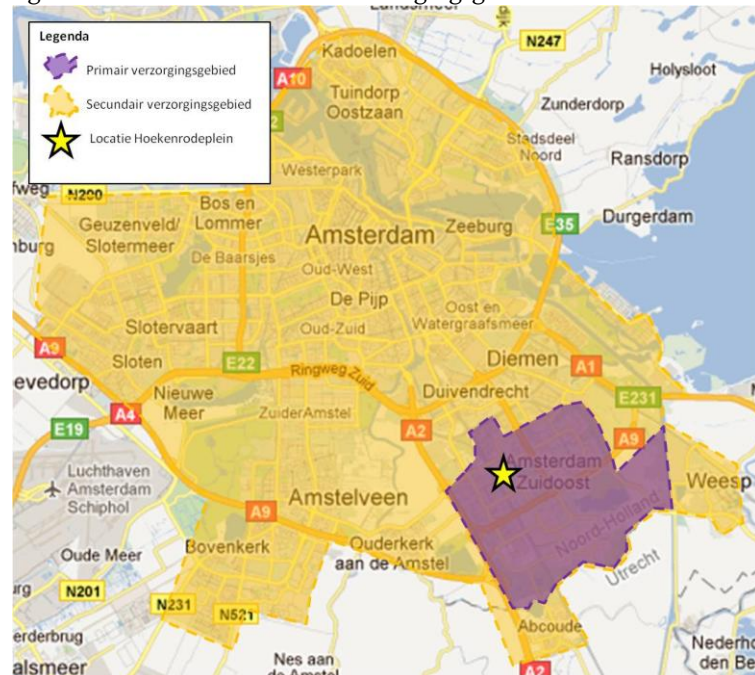
	Inw.	Leeftijdsgroep					Huish. grootte	% allochtonen		Gem. p.p.p.j.
		0-15	15-25	25-45	45-65	65+		westers	niet-westers	
Amsterdam Zuidoost	81.430	19	5	30	28	9	2,0	9	64	17.600
Secundair vz.gebied	830.095	16	13	35	25	12	1,8	16	29	23.700
Nederland	16.574.990	18	12	27	28	15	2,2	9	11	21.100

Bron: CBS Statline 2011, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Kenmerken secundair gebied

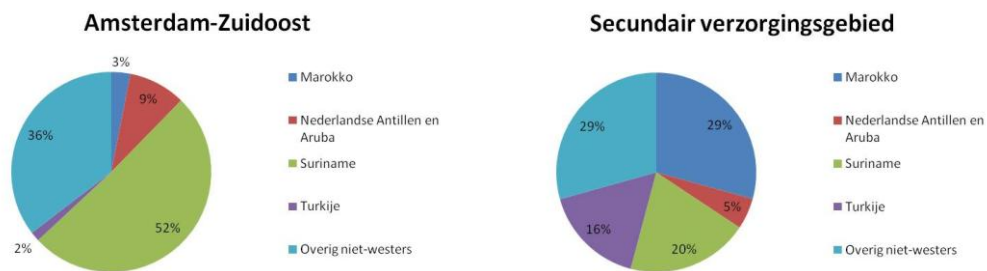
Het secundaire gebied betreft de kernen rondom Amsterdam Zuidoost, waaronder Diemen, Weesp, Ouderkerk aan de Amstel, Amstelveen, Abcoude en overig Amsterdam. In het gebied wonen ruim 830.000 inwoners. Het bevolkingsprofiel in het secundaire gebied laat een duidelijk ander profiel zien. De bevolking is hier gemiddeld wat ouder, de huishoudens kleiner en er wonen meer westerse en minder niet-westerse allochtonen. De inkomens liggen gemiddeld 12% boven het landelijke niveau. Ondanks het lagere aandeel niet-westerse allochtonen kenmerkt het secundair verzorgingsgebied zich ook door een multicultureel karakter: bijna de helft van het aantal inwoners valt onder de definitie allochtoon, waarvan circa 30% niet-westers. Van de niet-westerse allochtonen is het grootste deel afkomstig uit Marokko (29%), gevolgd door Suriname (20%) en Turkije (16%). De grootste concentratie Surinamers zijn te vinden in Diemen, Duivendrecht en overig Amsterdam. Daarnaast wonen er in het secundaire gebied veel allochtonen van westerse afkomst en dan vooral in Amstelveen (o.a. Japan en Indonesië), Amsterdam (o.a. Indonesië, Duitsland, VS), Diemen en Duivendrecht.

Figuur 4 Primair en secundair verzorgingsgebied evenement Hoekenrodeplein



Bron: Google Maps, bewerking Bureau Stedelijke Planning BV

Figuur 5 Niet-westerse allochtonen naar herkomst



Bron: CBS Statline, bewerking Bureau Stedelijke Planning BV

2 Trends en ontwikkelingen en huidig evenementenaanbod

Dit hoofdstuk biedt enerzijds een overzicht van het huidige evenementenaanbod in het stadsdeel (2.1 en 2.2) en anderzijds van de belangrijkste trends in de markt voor vrije tijd en evenementen (2.3). Het huidige (buiten)evenementenaanbod

2.1 Het huidige evenementenaanbod

In stadsdeel Zuidoost vinden al met enige regelmaat evenementen plaats. Het overgrote deel van de evenementen heeft een **laag profiel**. Dit zijn kleinschalige evenementen met een lokale aantrekkingskracht en uitstraling voor met name de bewoners van Zuidoost. De meerderheid van de evenementen met een laag profiel vindt niet in de buitenruimte maar binnen plaats. Voorbeelden van evenementen met een laag profiel in Zuidoost die buiten plaatsvonden zijn onder andere het Torentijdfestival (Groenhoven/Gouden Leeuw) en de rondreizende versmarkt World of Food on Tour. In 2011 is een culinaire kerstmarkt (Popup X-mas Food court) georganiseerd aan de Frankemaheerd, in de binnentuin van een kantoorgebouw, voor zowel bewoners van Zuidoost als voor kantoorpersoneel. Naast kleinschalige evenementen zijn er wat grotere evenementen met een grotere aantrekkingskracht. Dit zijn de evenementen met een **medium profiel**: evenementen met een stedelijke/regionale aantrekkingskracht voor een breed publiek met meer dan 2.000 bezoekers. In de afgelopen jaren zijn er enkele onderscheidende en succesvolle initiatieven geweest. Door de slechte economische situatie is een aantal middelgrote evenementen komen te vervallen. In Zuidoost hebben onder andere de volgende evenementen met een medium profiel plaatsgevonden:

- **Kwakoe Zomerfestival**: één van de grootste multiculturele evenementen (van oorsprong Surinaams) van Nederland gedurende zes weekenden in juli en augustus in het Bijlmerpark. Het festival trok in 2010 250.000 bezoekers¹¹.
- **De straat van sculpturen/ Open Source festival**: een drie kilometer lange route met internationale kunst tussen metrostation Kraaiennest en station Amsterdam Bijlmer Arena. Het festival is in 2009 voor het eerst gehouden op initiatief van enkele particulieren uit Zuidoost die samenwerking hebben gezocht met diverse lokale culturele instellingen. Mede door ruime aandacht in de media wist het festival 30.000 bezoekers te trekken. In 2012 zou de tweede editie worden gehouden. Vanwege slechte financiële vooruitzichten is de organisatie hiervan vooralsnog stilgelegd¹².
- **Metro 54 Urban arts & culture**: in 2011 is voor het eerst het Metro 54 festival gehouden in het Arena Park op een zaterdag in juli. Naast bezoekers uit Zuidoost trok het festival ook bezoekers uit Almere en Rotterdam.
- **Dansi festival**: een jaarlijks muziekfestijn gericht op latin. In 2009 werd het festival gehouden op het Anton de Komplein, waar het evenement 's avonds werd gehouden. In 2010 is het geïntegreerd met het Kwakoe-festival. Mede hierdoor heeft evenement in 2011 niet plaatsgevonden.
- **South East Jazz en South East Soul Festival**: sinds 2009 organiseert stichting Pantar een jazz festival op het terrein van boerderij Langerlust. In 2011 werd het festival

¹¹ Bron: NOS (2011), Definitief geen Kwakoe-festival. 22 juni 2011, www.nos.nl

¹² Bron: www.straatsculpturen.nl

door circa 500 mensen bezocht. In 2010 is op het terrein van de boerderij ook het South East Soul Festival gehouden.

- **Diverse dance-festivals aan de Gaasperplas:** in de zomer vinden er aan de Gaasperplas een paar keer per jaar dancefestivals plaats, zoals Gaasper Pleasure (inmiddels vijf keer gehouden) en het Open Air Outdoor Electronic Festival (in 2011 voor het eerst).

In bovenstaande beschouwing zijn de binnenevenementen niet meegenomen, waaronder de evenementen met een hoog profiel aan de ArenAboulevard (stadion Arena, Heineken Music Hall), zoals Sensation en voetbalwedstrijden. Dit zijn evenementen waar de stad Amsterdam zich mee profileert en waar vaak (veel) meer dan 10.000 bezoekers op afkomen.

2.2 Locaties voor buitenevenementen

ArenApoort kenmerkt zich door veel openbare ruimte. Aan de westzijde van het spoor zijn vooral locaties te vinden met een grootstedelijk en robuust karakter. Meer richting het oosten wordt het profiel kleinschaliger en vriendelijker. In het gebied bevinden zich in totaal 9 openluchtlocaties die geschikt zijn voor evenementen. Met de realisatie van het Ziggo Dome komt er in 2012 nog een locatie bij.

Tabel 3 Geschikte buitenlocaties voor evenementen in Zuidoost (van oost naar west)

Locatie	Oppervlak	Profiel	Karakter
Bijlmerpark	25.000 m ²	t/m hoog	Gras, sport, natuur, ontmoeting, cultuur (o.a. Zomerfestival)
Anton de Komplein	11.000 m ²	t/m medium	Stedelijk, warenmarkt
Kleine Bijlmerplein	1.600 m ²	t/m medium	Voor ondernemers
Grote Bijlmerplein	4.000 m ²	t/m medium	winkelcentrum, terrassen, dansvloer, themamarkten
Hoekenrodeplein	7.500 m ²	t/m medium	Kleinschalig en vriendelijk
Stationsgebied	9.000 m ²	t/m medium	Overdekt, urban, donker en robuust
ArenAboulevard	20.500 m ²	t/m hoog	Grootstedelijk, grootschalig, robuust
ArenApark	27.000 m ²	t/m hoog	Gras, naast HMH
Plein Ziggo Dome*	P.M.	t/m hoog	Grootstedelijk, robuust, verlengstuk Ziggo Dome
Frankemaheerd	P.M.	t/m laag	Kleinschalig, binnentuin (o.a. Popup X-mas Food court)

*oplevering in 2012

Bron: Stadsdeel Zuidoost, 2010

Figuur 6 Locaties voor buitenevenementen ArenApoort e.o.*



*Rood = tot hoog profiel, oranje = tot medium profiel
Bron: Google Maps, bewerking Bureau Stedelijke Planning BV

2.3 Trends en ontwikkelingen in vrije tijd en evenementen

De markt voor vrije tijd en evenementen is sterk in beweging. In deze paragraaf komen de belangrijkste trends en ontwikkelingen aan de orde:

- Leisure is een belangrijke economische en maatschappelijke pijler. Leisure in de brede zin is een containerbegrip voor alle activiteiten die we in onze vrije tijd uitvoeren. In de context van dit rapport zien wij alle vormen van betaalde vrijetijdsbesteding buitenshuis als leisure. Hierbinnen valt ook het overgrote deel van de evenementen. De betaalde leisuresector kent een werkgelegenheid van circa 400.000 banen en een landelijke omzet van ruim € 35 miljard.¹³
- **Vrije tijd mag wat kosten.** Terwijl de bestedingen aan vrije tijd de afgelopen jaren stegen tot meer dan 20% van het huishoudbudget daalde het aantal aan vrije tijd besteedbare uren met bijna 10%. Ook aan evenementen wordt meer uitgegeven.
- De leisuresector is relatief jong, sterk heterogeen, met veel kleine bedrijven en kent mede daardoor een vrij lage kennis- en organisatiegraad. De aanbieders van leisurevoorzieningen worden echter **steeds professioneler** in bedrijfsvoering en in samenwerking (promotie, arrangementen, gedeelde parkeerplaatsen etc.). Schaalvergroting, buitenlandse toetreders op de Nederlandse markt en ketenvorming (bijvoorbeeld Pathé, Fitness First, horeca- en hotelbranche) dragen hier aan bij.
- De sector is niet immuun voor de **economische crisis**: de toeristisch-recreatieve bestedingen van Nederlanders in Nederland namen met 4% af in 2009¹⁴. Sommige sectoren hebben meer last van de crisis dan anderen.
- De algehele vooruitzichten zijn evenwel gunstig. Pine & Gillmore gaan er, in hun boek *The Experience Economy*, van uit dat de vrijetijdsector – in de brede zin van het woord – de motor van de economie van de 21^{ste} eeuw wordt, waarmee wereldwijd 1 op de 12 mensen zijn brood mee verdient.
- Bedrijven en bewoners laten hun **vestigingsplaatskeuze** steeds meer afhangen van het aanbod aan (vrijetijds)voorzieningen¹⁵.
- De meeste bezoekers van steden hebben ‘winkelen’ als primair bezoekmotief. Andere motieven, zoals horecabezoek, cultuur en evenementen worden echter steeds belangrijker. Wil een stad zich onderscheiden dan is niet alleen het winkelaanbod,

¹³ NBTC (2010), Kerncijfers Toerisme en Recreatie

¹⁴ NBTC (2010), Kerncijfers Toerisme en Recreatie

¹⁵ NVM BOG (2009), NVM Leisuremarktonderzoek

maar juist ook het vrijetijdsaanbod doorslaggevend. De combinatie maakt de stad aantrekkelijker voor een kort meerdaags verblijf.

- Leisurevoorzieningen worden meer en meer gezien als **visitekaartje** voor de (binnen)stad. De laatste jaren duikt leisure steeds vaker op bij integrale vastgoedontwikkelingen. Leisure kan dan ook sterk imagoversterkend werken, creëert economische spin-off en heeft een positief effect op vastgoedwaarden.¹⁶
- In de afgelopen jaren is het aantal buitenevenementen fors toegenomen. Ook is er aanzienlijk meer variatie dan vroeger. Muziekfestivals spreken tot de verbeelding, maar er zijn ook steeds meer festivals op het gebied van kunst, theater en sport (skate, beachvolley, straatvoetbal).
- Door het groeiende aantal buitenevenementen groeit de concurrentie. **Unicitéit, authenticiteit en kwaliteit** zijn tegenwoordig belangrijke voorwaarden voor een geslaagd evenement. Zeker gezien de economische crisis willen consumenten waar voor hun geld. Om een onderscheidend evenement neer te zetten zijn steeds meer kosten en financiële risico's gemoeid. Daarnaast vraagt het organiseren van evenementen een toenemende mate van **professionaliteit**.
- Evenementen zijn steeds meer onderdeel geworden van **marketing- en communicatiestrategieën** en worden meer en meer uitgedrukt in de economische waarde. Grote bedrijven zijn de sponsoring van evenementen als relatiemarketing gaan zien. Hetzelfde geldt voor steden die grote evenementen binnenhalen in het kader van citymarketing (bv. Glazen Huis t.b.v. 3fm Serious Request). Daarnaast zijn er bedrijven die een evenement volledig voor eigen rekening nemen, zoals bijvoorbeeld de sport- en stuntevenementen van Red Bull.
- **Nieuwe media** spelen een steeds belangrijker rol, zowel voor, na als tijdens het evenement.
- Locaties **buiten de bebouwde kom** zijn populair. Mensen willen graag weg uit de dagelijkse sleur.

3 Toekomstperspectief

In dit hoofdstuk schetsen wij het toekomstperspectief voor het organiseren van evenementen op het Hoekenrodeplein. Bovenaan staat dat de evenementen bijdragen aan de ontwikkeling van het Hoekenrodeplein tot een levendig stadsplein dat de potentie heeft om de gebieden ten westen en ten oosten van het spoor aan elkaar te smeden. Het oorspronkelijke vraagstuk uit de motie voor het organiseren van thema- en zondagmarkten is daarom in dit onderzoek breder getrokken.

Achtereenvolgens komen in dit hoofdstuk aan bod:

- Doelstellingen en ambities van stadsdeel Zuidoost ten aanzien van ArenApoort en evenementen (2.1);
- De plannen voor herinrichting van het Hoekenrodeplein (2.2);
- SWOT-analyse van het Hoekenrodeplein als locatie voor evenementen (2.3).

3.1 Doelstellingen en ambities centrumgebied Zuidoost

Perspectief ArenApoort 2020

Zeer recent heeft het Projectbureau Zuidoostlob in samenwerking met het stadsdeel een perspectief geschetst voor de ontwikkeling van ArenApoort tot 2020¹⁷. Er is gekozen voor een integrale visie voor het hele gebied om het gebied als geheel en de deelgebieden onderling beter te laten functioneren, aan te vullen en beter in elkaar over te laten lopen. De wens is dat ArenApoort gaat functioneren als een stedelijk uitgaanscentrum met een doorlopend centrumgebied met veel publieksaantrekkelijke voorzieningen. Om dit te bereiken zijn er de volgende aandachtspunten:

- **Meer uitwisseling** tussen de deelgebieden. Het Hoekenrodeplein is essentieel om de westkant te verbinden met de oostkant;
- **Verbetering van het imago** van Zuidoost/ Bijlmermeer en in het verlengde daarvan ArenApoort;
- **Beter horeca-aanbod** voor een langere verblijfsduur en het aantrekken van nieuwe bezoekers;
- Aantrekken van **bezoekers uit de regio** met koopkracht;
- Duidelijke **identiteit**/ profilering van het gebied;
- Verlengen van de dag: naast **24/7** uitgaan ook 24/7 horeca.

Het perspectief voor 2020 is dat het **Hoekenrodeplein** een levendig stadsplein wordt met een belangrijke ontmoetingsfunctie, met onder andere cafés en terrassen waar diverse bezoekersstromen, (eet)culturen en vrijetijdsbestedingen elkaar kruisen. Het plein wordt gezien als de plek voor stedelijke functies en de schakel tussen het evenementengebied aan de ArenAboulevard en winkelcentrum Amsterdamse Poort. Het wordt de 'foyer' voor het ArenApoort gebied.

De ambitie is om van de **Amsterdamse Poort** een winkelcentrum te maken met een regionale aantrekkingskracht, gebruik makend van de kracht van het centrumgebied en zijn omgeving. Het **ArenAgebied** is in 2020 in de visie van het stadsdeel een

¹⁷ Stadsdeel Zuidoost, gemeente Amsterdam (2011), Perspectief ArenApoort 2020.

grootschalig en bruisend uitgaanscentrum met een (inter)nationale uitstraling met vrijetijds- en sportactiviteiten en bedrijvigheid rond mediainement (Endemol). Het gebied wordt versterkt door goede en prettige verbindingen met de pleinen aan de oostkant van het spoor en het Bijlmerpark.

Evenementenbeleid stadsdeel Zuidoost¹⁸

Stadsdeel Zuidoost heeft in 2010 evenementenbeleid opgesteld met als centrale doelstelling *'door middel van evenementen de positieve beleving bij bewoners, bedrijven en bezoekers te bevorderen en Zuidoost te positioneren als gastvrij, creatief en levendig'*. Het stadsdeel wil de komende jaren het aanbod van evenementen met een medium en hoog profiel versterken, uitbouwen, professionaliseren en vernieuwen. De ambitie is om elk jaar ongeveer 5 evenementen met een medium profiel te huisvesten. Dit zijn bij voorkeur professioneel georganiseerde evenementen met allure en een stedelijke en regionale naamsbekendheid. **De evenementen moeten passen bij het karakter van Zuidoost (gastvrij, creatief, levendig) en tegelijkertijd het stadsdeel op de kaart zetten.** Daarbinnen behoort een jaarlijkse kerstmarkt met bijvoorbeeld een schaatsbaan tot de mogelijkheden. Het stadsdeel zet ook in op evenementen met een hoog profiel met een hoge mediawaarde en wil fungeren als **overloopgebied voor grote evenementen** in en rond het centrum van Amsterdam, zoals de Uitmarkt.

3.2 Het nieuwe Hoekenrodeplein

In juni 2011 is het startsein gegeven voor herontwikkeling van het Nieuw Amsterdam Gebouw en het Hoekenrodeplein. Al sinds lange tijd liggen er plannen klaar voor aanpak van het plein. De herontwikkeling van het gebouw is een uitstekende gelegenheid om van het plein een levendig stadsplein te maken.

Programma Nieuw Amsterdam gebouw

Het Nieuw Amsterdam gebouw wordt in het geheel gerenoveerd. Door het uitbouwen van het gebouw op de begane grond en 'optoppen' van het gebouw ontstaat er ruimte voor een multifunctionele invulling. De kantoorfunctie blijft grotendeels intact. Op de begane grond ontstaat ruimte voor horeca en overige voorzieningen, in totaal 4.000 m². In de nieuwe vorm krijgt het gebouw een totaaloppervlak van 40.000 m². Zeer waarschijnlijk zal zich aan de noordzijde van het plein een hotel vestigen, met de lobby op de noordwestkop (tegenover Esprit).

In totaal komen er 4 of 5 horecagelegenheden aan de noord- en oostzijde van het plein (zonzijde), met terras. Inmiddels zijn er contracten getekend met een mediterrane lounge-restaurant en een brasserie/ grand-café, aan de zijde van het mogelijke hotel. Het uitgangspunt is dat de horeca zowel lunch- als diner mogelijkheden biedt (mogelijk ook ontbijt). De horecaconcepten moeten aanspreken bij alle doelgroepen die het gebied bezoeken en iets toevoegen aan het imago van het gebied. Horecaconcepten in het middensegment met een kwalitatieve uitstraling passen hier goed bij.

¹⁸ Stadsdeel Zuidoost, gemeente Amsterdam (2010), Conceptnota Evenementenbeleid Amsterdam Zuidoost.

De werkzaamheden aan het rode gebouw, aan de noordoostzijde van het plein, zijn inmiddels begonnen. Naar verwachting vindt oplevering plaats in het derde kwartaal van 2012. Daarna wordt begonnen met herinrichting van het plein. Dit wordt volgens planning halverwege 2013 afgerond.

Impressie Nieuw Amsterdam Gebouw en inrichting Hoekenrodeplein



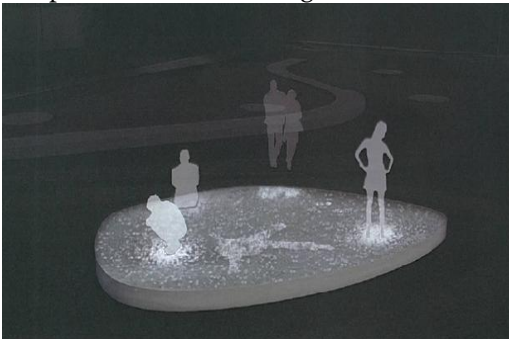
Bron: www.nieuwamsterdamgebouw.nl, Karres en Brands

Nieuwe inrichting van het Hoekenrodeplein

Het Hoekenrodeplein wordt ingericht als **foyer voor Amsterdam Zuidoost**, volgens een ontwerp van landschaparchitecten Karres en Brands. Het ontwerp is nog niet definitief, maar de contouren staan grotendeels vast. Het streven is een plein met een prettige verblijfskwaliteit gedurende het hele jaar, dat ook geschikt is voor evenementen. Wel is van belang om binnen de kaders van een prettig verblijfsplein toekomstige evenementen optimaal te kunnen faciliteren. Om de samenhang in het gebied te bevorderen bevat de inrichting van het plein elementen uit de inrichting van de ArenAboulevard. Dit komt onder andere terug in de bestrating en lichtmasten.

Om er een prettig verblijfsplein van te maken worden er diverse **randen en hoogteverschillen** gecreëerd, zodat mensen overal kunnen zitten. Dit heeft mede te maken met de noodzakelijk overbrugging van hoogteverschil tussen het gebouw en het plein. Daarnaast worden er twee centrale elementen aan toegevoegd, waaronder een **grasheuvel**¹⁹ en een nog nader in te vullen **interactieve verhoogde 'hotspot'** in het midden van het plein. Met een omvang van 12x17 meter kan de hotspot kan tevens dienst doen als podium. Ook komen er bomen op het plein.

Hotspot en referentiebeeld grasheuvel

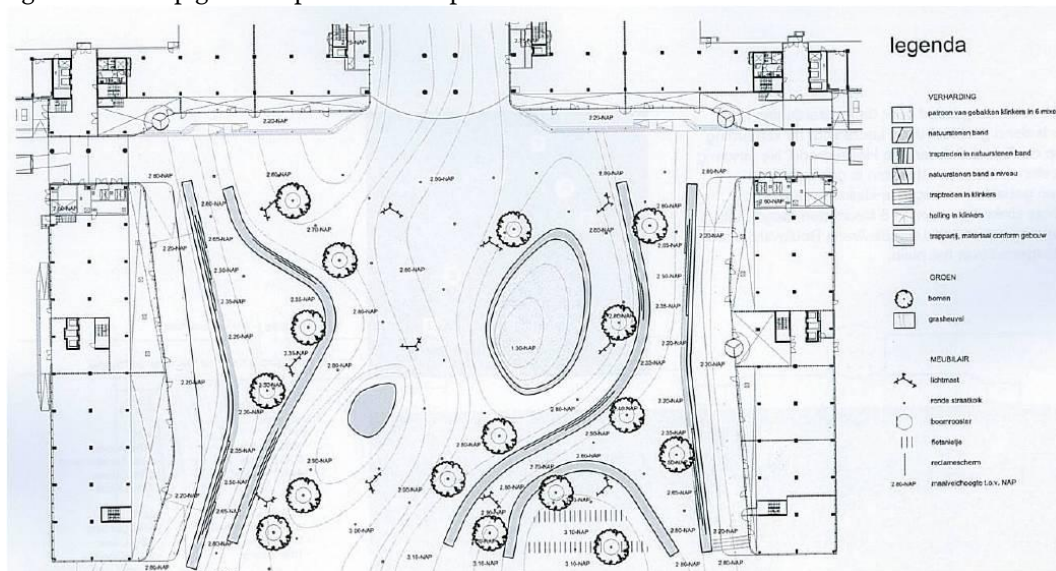


Bron: Karres en Brands, oktober 2011

¹⁹ Mogelijk te vervangen door een horecapaviljoen.

Met de uitbouw van het Nieuw Amsterdam gebouw wordt het plein kleiner van omvang. Op de gehele begane grond komen golvende glazen 'serres', met een maximale diepte van **8 meter**. Aan de serres worden luifels bevestigd, waaronder het gehele jaar door ruimte is voor een rij tafels langs het gebouw. In de zomer komen er grote gezamenlijke terrassen verder op het plein. Tussen het grote zomerterras en het kleine winterterras wordt ruimte vrijgehouden voor een looproute.

Figuur 7 Voorlopig ontwerp Hoekenrodeplein



Bron: Karres en Brands, okt. 2011

3.3 SWOT-analyse Hoekenrodeplein als evenementenlocatie

Een SWOT-analyse is een veelgebruikte methode om inzicht te krijgen in het functioneren en het perspectief van een bedrijf of gebied. Het is een model dat intern de sterktes en zwaktes en in de omgeving de kansen en bedreigingen analyseert. Op basis hiervan wordt vervolgens de strategie bepaald. Zaken waar het stadsdeel of andere stakeholders invloed op kunnen uitoefenen zijn te scharen onder de sterke of zwakke punten. Zaken die van 'buiten' komen en waar geen of nauwelijks invloed op kan worden uitgeoefend, vallen onder de kansen of bedreigingen. De aanwezigheid van deze aspecten is een feit, maar het stadsdeel en andere stakeholders kunnen er vervolgens wel op inspelen.

In de onderstaande tabel worden de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van het Hoekenrodeplein benoemd, primair vanuit het perspectief van het plein als locatie voor evenementen, specifiek op weekenddagen. Hierbij is uitgegaan van het huidige ontwerp voor de toekomstige inrichting van het plein.

Sterke punten	Zwakke punten
<ul style="list-style-type: none"> -Centrale ligging in ArenApoort gebied -Uitstekende bereikbaarheid, voor alle modaliteiten (OV, auto, fiets) -Ligging in multifunctioneel en levendig gebied van naam en faam -Ligging direct naast belangrijkste bronpunt van ArenApoort (station NS + metro) -Na herinrichting sfeervol plein, dat aan alle zijden omsloten is -Gebied bezocht door brede en gevarieerde doelgroep 	<ul style="list-style-type: none"> -Ontbreken vlakke vloer -Onderdeel van doorgaande route tussen station en winkels/ kantoren/ onderwijsinstellingen -Grote fluctuaties in bezoekersintensiteiten (dag vs. avond, weekdag vs. weekend) -Amsterdamse Poort niet elke zondag open -Spanning tussen omvang en mogelijke inrichting plein en oppervlaktevereisten van evenement met medium profiel -Leisure-aanbod sluit nog onvoldoende aan bij wensen middenklasse en mensen met hogere inkomens
<ul style="list-style-type: none"> -Combinatie met toekomstige functies Nieuw Amsterdam gebouw (o.a. horeca, hotel) -Verdere realisatie ArenAgebied (bv. Ziggo Dome) -Versterking Amsterdamse Poort door toevoeging winkeltrekker(s) en door concentratie warenmarkt Anton de Komplein -Herinrichting biedt gelegenheid om plein optimaal in te richten voor evenementen -Vergroten aantrekkingskracht inwoners secundair verzorgingsgebied (hogere inkomens) 	<ul style="list-style-type: none"> -Groot aantal evenementenlocaties in directe omgeving, met betere fysieke uitgangspunten -Mogelijke conflictsituaties met toekomstige functies op plein (bv. hotel, kantoorgebruikers)
Kansen	Bedreigingen

Een SWOT-confrontatie koppelt de sterke en de zwakke punten aan de kansen en bedreigingen. Zo ontstaat inzicht in de meest veelbelovende mogelijkheden en meest bedreigende situaties voor evenementen op het Hoekenrodeplein. Uit de SWOT-confrontatie zijn de volgende kansen naar voren gekomen:

- De uitgangspositie is sterk. Het is een in potentie sfeervol plein dat een welkom tegenwicht biedt tegen de massale, grootschalige ruimten aan de andere zijde van het spoor. Anderzijds kan het plein ook profiteren van de investeringen die nog steeds gaande zijn aan die zijde en die met de realisering van de Ziggo Dome zijn volgende voorlopige sluitstuk kent.
- Evenementen die passen bij de omvang, functie en sfeer van het plein zijn kansrijk. Dit is juist doordat het Hoekenrodeplein zowel scharnierpunt als contramal is: scharnierpunt tussen de west- en oostzijde van ArenApoort en de contramal van het grootschalige, massale aan de boulevardzijde, waar op weekenddagen - anders dan op het Hoekenrodeplein en in het aangrenzende Amsterdamse Poort - wel een bezoekersstroom is van (ver) buiten het stadsdeel.

4 Nadere uitwerking evenementen Hoekenrodeplein

Dit hoofdstuk schetst de uitgangspunten waaraan een nieuwe evenement in Zuidoost en specifiek op het Hoekenrodeplein aan moet voldoen. Daarnaast worden in dit hoofdstuk geschikte evenementen geïnventariseerd en beoordeeld. Hieronder valt ook de beoordeling van de mogelijkheden van een (zondag)markt. In dit hoofdstuk komen achtereenvolgens aan bod:

- Ambities en randvoorwaarden (4.1);
- De uitgangspunten (4.2);
- Een selectie van typen evenementen die in potentie geschikt zijn voor het Hoekenrodeplein (4.3);
- Een afwegingskader (4.4). Hiermee worden potentiële evenementen beoordeeld op hun bijdrage aan het verwezenlijken van de doelstellingen ten aanzien van het plein;
- Aanbevelingen ten aanzien van de rol van het stadsdeel (4.5).

4.1 Ambities en randvoorwaarden

Voor het Hoekenrodeplein is in de evenementennota van het stadsdeel aangegeven dat het plein geschikt is voor het organiseren van evenementen met een **medium profiel**. Dit zijn evenementen die:

- Een stedelijke of regionale rol vervullen;
- Diverse doelgroepen aanspreken;
- Bezoekers trekken van buiten Zuidoost;
- Qua programmering gericht zijn op de grootstedelijke en (boven)regionale evenementenmarkt;
- Talenten van buiten Zuidoost halen en talenten uit Zuidoost verbinden met stedelijke en regionale ontwikkelingen;
- Meer dan 2.000 bezoekers trekken;
- Zuidoost op de kaart zetten en de identiteit en doelen van de citymarketing van Zuidoost nastreven. Deze evenementen zijn goed voor de economische spin-off doordat bezoekers langer blijven of terug komen.

Naast evenementen met een medium profiel zijn ook evenementen met een **laag profiel** denkbaar, vanwege de ligging van het plein naast het stadsdeelverzorgende winkelcentrum. Deze evenementen zijn lokaal gericht en hebben een ontmoetingsfunctie voor de bewoners van Zuidoost. Ze dragen bij aan de leefbaarheid, levendigheid, sociale cohesie, emancipatie en participatie van diverse bevolkingsgroepen in het stadsdeel.

De evenementennota geeft aan dat het plein als stedelijk plein te kwalificeren is, omgeven door stedelijke functies (waaronder openbaar vervoer, kantoren en winkels), en dat het de schakel vormt tussen het stationsgebied en het Bijlmerplein. Het Hoekenrodeplein wordt getypeerd als de “foyer” naar de Amsterdamse Poort. Behalve een kracht, schuilt daar ook een beperking in: er moet rekening worden gehouden met de verkeersstromen, door onder meer het vrijhouden van de voet- en fietspaden. De aanwezigheid van kantoren hoeft volgens de nota geen beperking voor evenementen te zijn.

In het ArenApoortgebied zijn maar liefst 9 locaties voor buitenevenementen. Het Hoekenrodeplein kan zich van deze locaties onderscheiden door evenementen optimaal te faciliteren – binnen de kaders voor een prettig verblijfsplein. De herinrichting van het plein biedt hier belangrijke aanknopingspunten voor. Door het aanbrengen van goede technische (plug-and-play) voorzieningen in de openbare ruimte wordt het plein als vanzelf aantrekkelijk voor initiatieven uit de markt. Hierbij gaat het vooral om aansluitpunten voor elektriciteit en water. Geen van de andere locaties in het ArenApoort-gebied beschikt over dergelijke voorzieningen. Naast voorzieningen in de vloer kan gedacht worden aan het ophangen van een groot digitaal billboard, dat zowel gebruikt kan worden bij evenementen (bv. voetbalwedstrijden) als ter profilering van het gebied en Zuidoost buiten evenementen.

Locatieprofiel/ harde randvoorwaarden

In de evenementennota zijn voor de buitenevenementenlocaties in Zuidoost locatieprofielen opgesteld met daarin de harde randvoorwaarden waaraan een evenement op deze locaties moet voldoen. Met de herinrichting van het Hoekenrodeplein moet het locatieprofiel worden herzien. Enkele ingrediënten waaraan het nieuwe locatieprofiel voor het Hoekenrodeplein moet voldoen zijn:

- Zowel geschikt voor evenementen met een medium en laag profiel;
- Maximaal 2.000 bezoekers tegelijkertijd;
- Vrijlaten van brandweerroutes vanaf Amsterdamse Poort en Hoogoorddreef;
- Vrijlaten doorgangen Amsterdamse Poort, dus geen podia tussen station en entree winkelcentrum, maar bij voorkeur aan zuidzijde van Nieuw Amsterdam gebouw;
- Geen (geluids)overlast voor aanpalende functies;
- Afhankelijk van het evenement zijn meerdere podia en/of geluidsbronnen toegestaan;
- Bij evenementen dient rekening gehouden te worden met de verkeersstromen op het plein;
- Het plein wordt op technisch vlak ingericht met state-of-the art plug-and-play technische voorzieningen met betrekking tot elektriciteit en water. Mogelijk plaatsen van een digitaal billboard voor multifunctioneel gebruik (aankondiging evenementen, voetbalwedstrijden etc.);
- Afstemming met rayonmanager c.q. beheerder is vereist;
- Afstemming met organisatoren van en over activiteiten in de omgeving, zoals in de ArenA, Heineken Music Hall en Anton de Komplein, is noodzakelijk (denk hierbij aan afstemming over risico voetbalwedstrijden, concerten, andere evenementen e.d.);
- Evenementen mogen op elke dag van de week plaatsvinden (mits afgestemd met functies omgeving), zowel 's middags als 's avonds. Er mag echter geen geluidsoverlast veroorzaakt worden voor de kantoren en het hotel.

4.2 Uitgangspunten

Op basis van expert opinie en interviews met diverse betrokkenen in het gebied (zie bijlage I) zijn de volgende uitgangspunten opgesteld voor de realisatie van evenementen op het Hoekenrodeplein.

- Voorop staat de realisatie van een plein dat het **gehele jaar door levendig** is. De realisatie van een evenement is in de inrichting van het plein en de invulling van het

Nieuw Amsterdam-gebouw van secundair belang. Met andere woorden: evenementen moeten zich voegen naar de inrichting van het plein en niet andersom. De inrichting van het plein moet de organisatie van evenementen wel faciliteren, bijvoorbeeld door het aanleggen van technische voorzieningen zoals aansluitpunten voor elektriciteit en water.

- Het plein is geschikt voor evenementen met een **medium** (stedelijk/bovenlokaal: > 2.000 bezoekers) en **laag profiel** (lokaal: < 2.000 bezoekers).
- Het evenement **sluit aan bij het toekomstige karakter en de kwaliteit van het Hoekenrodeplein** en de functies daaromheen. Het Hoekenrodeplein wordt een levendig stadsplein met een goede verblijfskwaliteit dat aantrekkelijk is voor alle doelgroepen in het gebied. Het plein dient als foyer en visitekaartje van Zuidoost. In die zin zijn laagwaardige evenementen ongepast, zoals kermissen en circussen.
- Een evenement op het Hoekenrodeplein draagt bij voorkeur bij aan het bevorderen van de **wisselwerking** tussen de ArenAboulevard en winkelcentrum Amsterdamse Poort. Bestaande **zichtlijnen en doorloopmogelijkheden** moeten behouden blijven.
- Het evenement draagt bij aan een betere **doorbloeding van het gebied**: bezoekers van Anton de Komplein naar het Hoekenrodeplein en verder trekken en andersom (ArenAboulevard naar Amsterdamse Poort). De meeste bezoekers die vanaf Anton de Komplein het gebied binnen komen, lopen in de huidige situatie niet verder dan tot aan het Grote Bijmerplein. Ook bezoekers aan de ArenAboulevard komen vaak niet verder dan het Hoekenrodeplein.
- Het evenement zorgt bij voorkeur voor **meer bezoekers en levendigheid** op de traditionele rustige momenten in het gebied, zoals 's avonds (tussen sluitingstijd winkels en start evenementen ArenAboulevard) en in de weekenden;
- Initiatieven voor evenementen komen bij voorkeur **uit de markt**. Om marktinitiatieven uit te lokken zijn optimale technische 'plug-and-play' voorzieningen nodig. Verder kan het stadsdeel initiatieven stimuleren door het plein te **promoten** en te zorgen voor een soepel **vergunningstraject**;
- Door alle evenementen toe te staan die passen binnen de harde randvoorwaarden wordt naamsbekendheid gecreëerd voor het plein, waardoor in de loop van de tijd het plein aantrekkelijker wordt voor evenementen met een regionale aantrekkingskracht. In deze zin verdient een te strakke programmering niet de voorkeur.
- De evenementen zijn **niet concurrerend** ten opzichte van andere detailhandels- en horecafuncties rondom het plein, zowel in Amsterdamse Poort als aan de ArenAboulevard. Bij voorkeur versterken de functies elkaar. Een **openluchtevenement** is in dit kader essentieel (geen tenten of hekken).
- De evenementen zijn zoveel mogelijk een **aanvulling** ten opzichte van andere evenementen in het gebied, zowel in omvang (tussen evenementen ArenApark en winkelcentrum in) en in programmering (geen tweede Kwakoe). Afstemming van de programmering is noodzakelijk, met onder andere de Heineken Music Hall, het ArenAstadion, de Ziggo Dome en winkelcentrum Amsterdamse Poort. Eventueel vindt verplaatsing van geschikte bestaande evenementen in Zuidoost plaats naar het Hoekenrodeplein.
- De evenementen veroorzaken **geen onnodige overlast** voor andere functies (bv. hotel) en grootschalige evenementen in ArenApoort in termen van geluid, afval, op- en afbouw.
- De evenementen sluiten aan bij de wensen van de huidige aanwezige doelgroepen in het gebied: jongeren (tot 35 jaar) en ouderen (tot 55 jaar), voor mensen met een ondermodaal en bovenmodaal inkomen, voor allochtonen en autochtonen en voor

bewoners en bezoekers van buiten Zuidoost. Het doel is het **integreren en combineren van de verschillende typen bezoekers** aan de west- en oostzijde van het ArenApoortgebied. De huidige doelgroep is groot en biedt voldoende kansen. Daarnaast hebben evenementen bij voorkeur de potentie om nog ondervertegenwoordigde doelgroepen aan te trekken, zoals de middenklasse.

- Het evenement is zoveel mogelijk **kostendekkend**.

4.3 Potentiële evenementen

Ten behoeve van de beoordeling van de vraag welk type evenementen het meest passend zijn op het Hoekenrodeplein is het belangrijk de volgende karakterisering van evenementen in het achterhoofd te houden.

Stedelijke evenementen onderscheiden zich onderling in:

- **Ambitie** c.q. **verzorgingsbereik**: van evenementen met een solitaire aantrekkingskracht en een bovenregionaal bereik tot evenementen die ondersteunend zijn aan andere functies en een veel kleiner geografisch bereik hebben;
- **Duur**: van eendaagse evenementen tot meerdaagse evenementen;
- **Frequentie**: evenementen die eenmalig zijn of juist met vaste regelmaat terugkeren;
- **Openbaarheid**: Evenementen die openbaar toegankelijk zijn en vrij te bezoeken tot evenementen die weliswaar openbaar zijn, maar waar toegang wordt geheven;
- **Inbedding**: van evenementen die ingebed zijn in hun omgeving en naar buiten gericht zijn (onderdeel van de stedelijke arena) tot evenementen die meer naar binnen gekeerd zijn (veel minder onderdeel van de stedelijke arena). Denk hierbij aan het verschil tussen een straattheaterfestival en het Palazzo-initiatief op ArenApark;
- **Organisatiegraad**: van evenementen die spontaan en van onderop ontstaan tot evenementen die sterk van bovenaf georganiseerd en geregisseerd zijn.

Gegeven het uitgangspunt dat het Hoekenrodeplein een stedelijk plein is, dat als scharnierpunt fungeert tussen station en winkelcentrum, en tussen het robuuste, grootschalige karakter van de ArenA Boulevard en het meer intieme, kleinschaliger karakter van het gebied rond de Amsterdamse Poort, zijn de volgende keuzes te maken:

- Evenementen die passen bij de omliggende functies en die een aantrekkingskracht en bereik hebben voor de inwoners van Zuidoost, al dan niet in combinatie met bezoekers van daarbuiten, en een **brede doelgroep** aanspreekt;
- Evenementen die **openbaar toegankelijk** zijn en **laagdrempelig** en die zijn **ingebed in hun omgeving**, en **naar buiten gericht** zijn.

Thema's

De te organiseren evenementen hebben de meeste kans van slagen – en dragen daardoor het meeste bij aan het gebied – als ze passen bij de huidige functies en doelgroepen in het ArenApoortgebied. Gedacht wordt aan evenementen in de volgende thema's:

1. **Uitgaan: muziek, dans, film en theater**: aansluitend op programmering Heineken Music Hall, ArenA stadion, Pathé bioscoop, Bijlmerparktheater en toekomstig Ziggo Dome en eerder gehouden dansevenementen (bv. Dansi). Overloop voor evenementen

van centrale stad, bijvoorbeeld Uitmarkt, 538-feest Koninginnedag. Het plein is ook geschikt voor evenementen als het Glazen Huis/ 3FM Serious Request;

2. **Sport:** aansluitend bij ArenA stadion, grote sportwinkels in het gebied (Decathlon, Perry Sport) en het Zomerfestival (evenement rondom straatvoetbal);
3. **Food:** aansluitend bij Amsterdamse Poort als belangrijk centrum voor de dagelijkse boodschappen en de unieke combinatie van een grote hoeveelheid eetculturen in Zuidoost;
4. **Overig:** bijvoorbeeld pop-up stores.

1. *Muziek, dans, film en theater*

Evenementen in dit thema zijn het meest haalbaar in de weekenden en/of bij grote evenementen aan de ArenAboulevard. Gedacht wordt aan de volgende evenementen:

- Uitmarkt (of althans een deel daarvan);
- Jazzfestival;
- Gospelfestival;
- Openluchtbioscoop (i.s.m. Pathé);
- Kleinschalige voorprogramma's voor concerten Heineken Music Hall, ArenA stadion, Ziggo Dome;
- Latin muziek en dans (Dansi festival of vergelijkbaar);
- Dansfestivals: urban dance, streetdance, werelddans (bv. Martbazar Schilderswijk Den Haag) etc.



2. *Sport*

Hierbij wordt gedacht aan evenementen waarbij sport wordt beoefend, maar die ook interessant genoeg zijn om toeschouwers van buiten te trekken. Het weekend is hiervoor het meest geschikt. Bijvoorbeeld:

- Straatvoetbaltoernooi/ panna;
- Ijsbaan;
- Skate-events;
- Sport-demonstraties Decathlon/Perry Sport;
- TV/LCD-schermen en buitentribunes bij sportevenementen (bv. voetbal, honkbal EK/WK/OS).



3. Food

Bij deze evenementen ligt de nadruk op food en eten. Het zijn evenementen waar mensen producten kunnen kopen, maar waar ook beleving centraal staat (proeven, demonstraties etc.). Dergelijke evenementen vinden meestal plaats in het weekend en op sfeervolle (centrum)locaties. Gedacht kan worden aan:

- Culinair evenement: een evenement à la Preuvenemint in Maastricht of Leiden Culinair. Horeca-ondernemers kunnen op een dergelijk evenement het publiek op een laagdrempelige manier laten kennismaken met hun producten. Dit is als het ware een grotere variant van het al bestaande 1001 smaken festival of het onlangs georganiseerde Popup X-Mass Food court in Zuidoost. De grotere proefevenementen worden vaak gecombineerd met muziek.
- Boerenmarkten: een markt waar producten worden verkocht van boeren uit de omgeving. Een bekend initiatief in Amsterdam is de Pure Markt die bijna maandelijks op zondag plaatsvindt in Park Frankendael, het Amstelpark en het Gershwinplein aan de Zuidas.

Beide evenementen hebben gemeen dat ze op sfeervolle locaties plaatsvinden, in het hart van het centrum of in een park. De vraag is of het Hoekenrodeplein hieraan kan voldoen. De haalbaarheid is daarnaast afhankelijk van de naamsbekendheid. Bij een grote naamsbekendheid kan het evenement autonoom functioneren. Is het evenement nog vrij onbekend, dan is het van belang dat aangesloten wordt bij bestaande bezoekersstromen. Hiervoor moet het evenement plaatsvinden tijdens openingstijden van Amsterdamse Poort. Ook is een doordeweekse markt goed denkbaar, aangezien een boerenmarkt dan kan appeleren aan het kantoorpersoneel.

Leiden culinair en Preuvenemint Maastricht



4. Overig

Er zijn een paar evenementen denkbaar die niet in bovenstaande categorieën passen maar wel denkbaar zijn op het Hoekenrodeplein, waaronder:

- Pop-up/ guerilla stores. Dit zijn tijdelijke winkels (een dag tot een paar maanden) op veelal ongebruikelijke locaties waar merkbeleving bovenaan staat. Een voorbeeld is de H&M beachstore die afgelopen zomer een week op het strand van Scheveningen heeft gestaan. Pop-up stores kunnen in vele variaties voorkomen. Zo zijn er ook pop-up stores denkbaar van cosmeticafabrikanten die gratis make-overs aanbieden. Pop-up stores zijn meestal gevestigd op drukke plaatsen met veel voorbijgangers en hebben geen autonome aantrekkingskracht.

- Overige (thema) markten. Hieronder vallen bijvoorbeeld kerstmarkten, zelfmaakmarkten en vlooiemarkten. Deze markten vinden meestal plaats in het weekend en er worden overwegend non-food producten verkocht. Een voorbeeld is de maandelijkse Sunday Market in de Westergasfabriek, waar creatievelingen hun creaties tentoonstellen en verkopen aan het publiek. Een ander voorbeeld is de maandelijkse vlooiemarkt (500 kramen) die elke eerste zaterdag en zondag van de maand wordt gehouden in de IJ-hallen.

Pop-up stores H&M en Illy

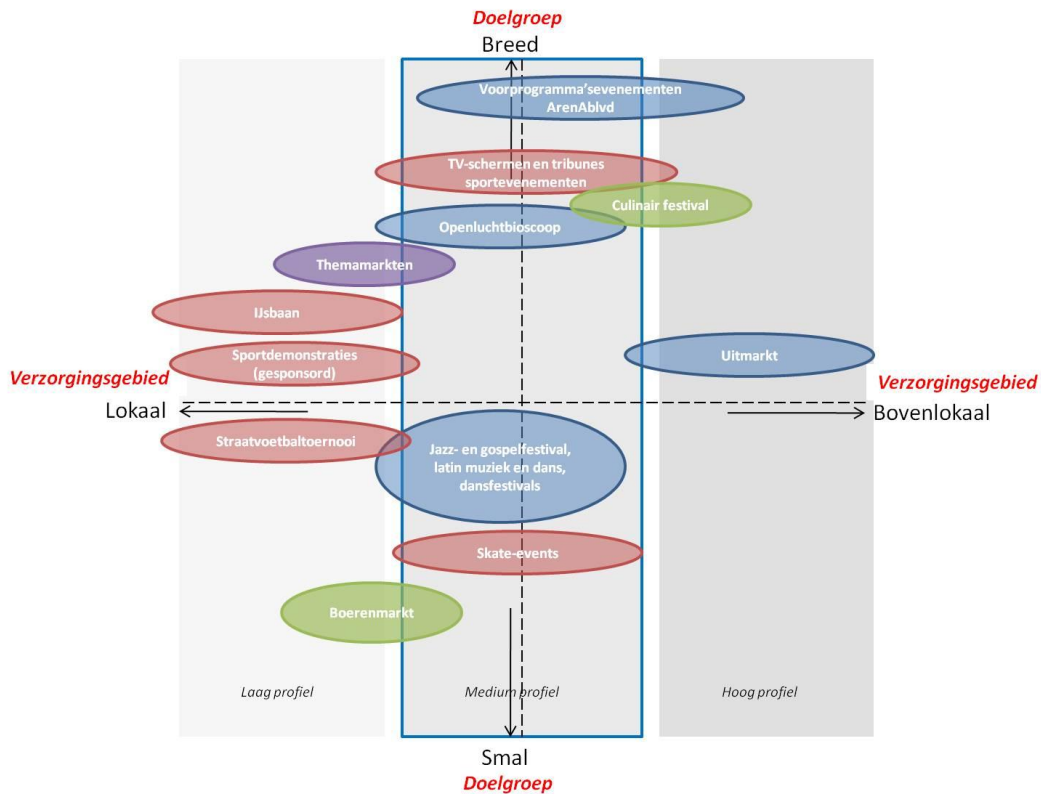


4.4 Afwegingskader

Ten behoeve van een eerste selectie van de meest wenselijke evenementen op het Hoekenrodeplein is de groslijst uit de vorige paragraaf in een matrix geplaatst. De assen worden gevormd door respectievelijk het verzorgingsbereik en de samenstelling van de doelgroep. Daarbij is ervoor gekozen de gedefinieerde thema's van een kleur te voorzien, waarbij Food groen is, Muziek, Dans, Film en Theater blauw, Sport rood en overig paars.

In het eerste kwadrant, rechtsboven, zijn de evenementen geplaatst die een bovenlokaal verzorgingsbereik combineren met een brede doelgroep. De plaatsing van de individuele evenementen in de matrix is indicatief van aard en vooral bedoeld om evenementen enigszins te kunnen inschalen op de criteria verzorgingsbereik en doelgroep.

Figuur 8 Evenementen naar doelgroep en verzorgingsgebied*



*excl. solitaire pop-up stores, vanwege ontbreken autonome aantrekkingskracht

De evenementen die het beste passen binnen de ambities van het stadsdeel ten aanzien van (de evenementen op) het Hoekenrodeplein, hebben wij vervolgens aan een eerste beoordeling onderworpen in onderstaand afwegingskader (tabel 4). Dit afwegingskader omvat de volgende elementen:

- Effect op functioneren horeca op en rond het plein;
- Effect op functioneren detailhandel ArenAboulevard en Amsterdamse Poort;
- Passendheid bij de toekomstige uitstraling van Hoekenrodeplein;
- Mate van aanvullendheid ten opzichte van de andere evenementen in ArenaPoort en daarbuiten;
- Bijdrage aan het imago van Zuidoost.

Deze beoordeling is opgezet volgens een semantische schaal, waarbij 0 staat voor neutraal (positief noch negatief), + voor positief en ++ voor zeer positief. De evenementen zijn gesorteerd op profiel: laag (lokale aantrekkingskracht), midden (stedelijk/regionaal), hoog (bovenregionaal). Net als bij de matrix is de beoordeling van de individuele evenementen indicatief van aard.

Tabel 4 Afwegingskader potentiële evenementen Hoekenrodeplein Zuidoost

Type evenement	Profiel	Effect horeca	Effect detailhandel	Passend bij plein	Uniciteit evenement	Bijdrage imago
Deel Uitmarkt	Hoog	++	0	+	++	++
Voorprogramma's	Medium/hoog	+	+	+	0	++
Culinair festival	Medium/hoog	+	+	+	+	++
TV-schermen	Medium	++	0	0	0	0
Openluchtbioscoop	Laag/ medium	+	0	+	+	++
Jazz/gospel/latin/dans	Laag/ medium	+	0	+	+	+
Boerenmarkt	Laag/medium	0	+	0	+	0
Overige (thema)markten	Laag/medium	+	0	+	0	+
Ijsbaan	Laag	+	+	+	0	+
Sportdemonstraties	Laag	0	0	0	0	0
Straatvoetbaltoernooi	Laag	0	0	0	0	0
Skate-events	Laag	0	0	0	+	0
Pop-up/ guerilla stores	Laag	0	0	+	++	+

De evenementen die het beste passen bij de ambities van het stadsdeel ten aanzien van het Hoekenrodeplein en de (toekomstige) inrichting van het plein zijn de evenementen met een **laag/medium** of **medium/hoog profiel** (vetgedrukt in tabel 4 en zie kader figuur 8). Deze dragen het meeste bij aan de gewenste scharnierfunctie van het Hoekenrodeplein, omdat ze zich qua schaal tussen het profiel van de ArenAboulevard enerzijds en Amsterdamse Poort anderzijds bevinden. Het Hoekenrodeplein zal voor de evenementen met een hoog profiel – of medium evenementen die naar een hoog profiel neigen - naar verwachting concurrentie ondervinden van locaties op en rond de ArenAboulevard (o.a. ArenApark, Ziggo Dome). Het aanbrenge van hoogwaardige plug-and-play voorzieningen kan het plein een concurrentievoordeel geven boven de andere alternatieven.

Het is van belang om op voorhand **geen evenementen uit te sluiten** om aan de ambitie van een levendig stadspan te voldoen, behalve de evenementen die niet passen bij de (technische) randvoorwaarden van het plein (zie 4.1 en 4.2). Evenementen met een hoog profiel zijn bij voorbaat niet geschikt voor het Hoekenrodeplein, tenzij het Hoekenrodeplein als overloop fungeert voor evenementen aan en rond de ArenAboulevard (hoog profiel). De focus dient te in eerste instantie te liggen op evenementen met een laag/medium of medium/hoog profiel, maar evenementen met een laag (lokaal) profiel zijn ook zeer gewenst. Evenementen met een lokaal profiel dragen ook bij aan de levendigheid op het plein en kunnen een belangrijke spin-off hebben. Zo is het mogelijk dat de evenementen uitgroeien naar een evenement met een medium of zelfs hoog profiel (bv. Kwakoe) en dragen ze bij aan de naamsbekendheid van het plein voor evenementen.

4.5 De rol van het stadsdeel

Op basis van de gesprekken en onze ervaringen elders komen wij tot de conclusie dat initiatieven voor evenementen op het Hoekenrodeplein bij voorkeur uit de markt dienen te komen. De rol van het stadsdeel zit hem vooral in een faciliterende en coördinerende rol. Denkbare initiatiefnemers:

- Ondernemers in de omgeving van het Hoekenrodeplein: winkeliers, horecabedrijven, Heineken Music Hall, Pathé en AmsterdamArenA;
- Vastgoedeigenaren: CBRE (eigenaar Nieuw Amsterdam Gebouw en Amsterdamse Poort), Rochdale;
- Culturele en maatschappelijke instellingen uit Zuidoost;
- Professionele en commerciële evenementenorganisatoren.

De rol van het stadsdeel is erin gelegen om zoveel mogelijk op het plein passende marktinitiatieven uit te lokken. Ons inziens zijn hiervoor de volgende instrumenten vanuit het stadsdeel het meest belangrijk:

- Het aanleggen van hoogstaande plug-and-play voorzieningen op het plein. Hiermee kan het plein zich in technische zin onderscheiden van alle andere beschikbare locaties in de directe omgeving. Het aanbrengen van een of twee vaste LED-schermen op het plein is ook een optie. Deze schermen kunnen voor verschillende doeleinden gebruikt worden. Om informatie te verschaffen over het gebied en de evenementen die er plaats vinden, voor nieuws, en voor promotie van de ondernemingen op en rond het ArenApoort-gebied en ter ondersteuning van de evenementen op het Hoekenrodeplein zelf. Denk daarbij met name aan evenementen met als thema's uitgaan en sport. Hierbij kan de exploitatie uit handen worden gegeven aan (bijvoorbeeld) JC Decaux;
- Promotie van het plein als evenementenlocatie vanuit het stadsdeel:
 - Bijvoorbeeld via vermelding op de website van Zuidoost of advertenties in lokale en/of sociale media;
 - Vanaf de herinrichting het plein een vrijplaats laten zijn voor kleinschalige evenementen, zowel spontaan, laagdrempelig, weinig geregisseerd als meer georganiseerd en met een groter bereik. Op deze manier krijgt het plein reeds van aanvang af een sterke identiteit als een echt stadsplein, waar zoals op alle stadspelen ook ruimte is voor organische, laagdrempelige activiteiten die bijdragen aan de levendigheid en de sfeer van het plein. Met dit als basis zal er vanuit de markt steeds meer interesse ontstaan voor de organisatie van evenementen met een grotere ambitie en met een groter verzorgingsbereik. Van belang is een constructieve houding van het stadsdeel ten aanzien van evenementen, mits ze passen binnen de harde voorwaarden, bijdragen aan de ambitie ten aanzien van het plein (levendigheid, scharnierfunctie) en niet laagwaardig zijn (kermis, circus). Evenementen op het Hoekenrodeplein zijn geen doel op zichzelf, maar een middel om extra levendigheid op het plein te creëren en de wereld ten oosten van het spoor en die ten westen van het spoor nog beter in elkaar over te laten vloeien;
- Bij een vrijplaats voor evenementen horen soepele vergunningstrajecten. Ons advies is om de één-loketfunctie te versterken en een vast aanspreekpunt binnen het stadsdeel te hebben die zowel de contacten naar initiatiefnemers onderhoudt als intern de zaken regelt;

- Het uitbesteden van de organisatie door het stadsdeel aan een partner is het overwegen waard. Dit kan aan bijvoorbeeld de horecaondernemers rondom het plein of een bestaande publiekprivate instelling, zoals Zuidoostpartners. Voordeel van deze laatste optie is dat het geld dat wordt verdiend met commerciële evenementen kan worden ingezet voor verlieslatende culturele activiteiten op het plein.
- Deelname aan het programmaoverleg ArenApoort voor het afstemmen van de programmering, de locaties en het signaleren van samenwerkingskansen.

Bijlage I Lijst van geïnterviewden

Naam	Organisatie	Belang/ rol
Joost de Natris	Karres en Brands landschapsarchitecten	Inrichting openbare ruimte ArenAboulevard en Hoekenrodeplein
Evert van Voskuilen	Stadsdeel Zuidoost	Stedenbouwkundige/projectleider
Inge Niks	iXin Vastgoedmanagement en Consultancy	Winkelcentrummanager Amsterdamse Poort, invoering Keurmerk Veilig Ondernemen
Coen van Riet	WPM Retail	Beheer Amsterdamse Poort namens CBRE Global Investors
Jaap Snellen	CBRE Global Investors	Eigenaar Nieuw Amsterdam Gebouw
Frank Karssing	Projectbureau Zuidoostlob	Projectmanager ArenA Poort
Jalal Loutfi	Stadsdeel Zuidoost	Strategie & Beleid
Anita Aleva	Stadsdeel Zuidoost	Gebied- en programmasturing
Denise Winter	Stadsdeel Zuidoost	Realisatie
Arno Gorissen	ZuidoostPartners	Directeur citymarketing
Manuela Fernandez	Weijers & Fernandez	Partner

Bijlage II Overzicht publiekstrekkingen ArenApoort

- **Winkelcentrum Amsterdamse Poort:** het hoofdwinkelgebied van Amsterdam Zuidoost met een omvang van ruim 28.000 m² winkelvloeroppervlak. Het winkelcentrum heeft zowel een belangrijke dagelijkse als niet-dagelijkse functie. Het winkelcentrum kent onder andere 4 supermarkten en een groot aantal bekende landelijke formules zoals H&M, Bristol, C&A, New Yorker, WE, HEMA en Xenos. Amsterdamse Poort kenmerkt zich van veel andere stadsdeelcentra door een multiculturele touch. Zo is er onder andere een grote overdekte shopperhal met een gevarieerd aanbod.
- **Station Bijlmer Arena:** het huidige vernieuwde station Bijlmer Arena is in 2007 officieel geopend. Sinds de aanleg van de directe verbinding tussen Utrecht Centraal en Schiphol zijn er 6 treinsporen. Er stoppen zowel intercity's als stoptreinen. Daarnaast lopen er twee metrosporen parallel aan de treinsporen. Onder het station bevindt zich het busstation, waar zowel stads- als streekbussen stoppen met verbindingen naar onder andere Haarlem, Utrecht en Wilnis. Op het station bevinden zich diverse gemakswinkels en horeca, zoals Etos, AH to go, AKO, Burger King, Starbucks, GWK, Kiosk en een fietsverhuur. In 2008 heeft de BNA (Nederlandse architectenvereniging) het station uitgeroepen tot gebouw van het jaar.
- **Grootschalige detailhandel Arena Boulevard:** aan de noordzijde van de Arena Boulevard zijn megastores gevestigd van MediaMarkt, Decathlon, Perry Sport en Prénatal. Begin 2011 is de winkelroute aan de oostzijde verlengd richting het station met de opening van een grote Esprit Outlet onder de sporen. MediaMarkt trekt naar schatting jaarlijks 1,5 miljoen bezoekers.
- **Leisure Arena Boulevard:** aan de zuidzijde van de Arena Boulevard bevindt zich ook megabioscoop Pathé. De bioscoop heeft 14 zalen en trekt jaarlijks circa 1 miljoen bezoekers. Naast Pathé is de concert- en evenementenzaal Heineken Music Hall gevestigd. De maximumcapaciteit van de HMH is 5.500 bezoekers.
- **Villa ArenA:** aan het einde van de boulevard is woonmall Villa ArenA gevestigd met een totaal winkelvloeroppervlak van circa 70.000 m².
- **Arena stadion:** achter de megastores staat het Arena stadion met een maximale capaciteit van 68.000 man (concerten) respectievelijk 53.000 man (voetbalwedstrijden). Als Ajax speelt zijn er gemiddeld 50.000 bezoekers. In het voetbalseizoen wordt er gemiddeld drie keer per maand een voetbalwedstrijd gespeeld in het stadion.
- **Endemol studio's:** in 2010 heeft Endemol de televisiestudio's verplaatst van Aalsmeer naar Amsterdam Zuidoost. De studio's liggen aan de rand van het ArenApoort gebied, maar nog wel op loopafstand van het station. In de studio's worden diverse grote televisieshows opgenomen.
- **ArenA Park:** naast de Heineken Music Hall is een tijdelijk park ingericht wat mede geschikt is voor (buiten)evenementen. In de zomer van 2011 is hier het eerste evenement gehouden. De locatie is gereserveerd voor de bouw van het retail- en leisurecenter GETZ, waarvan de ontwikkeling is stilgelegd vanwege de slechte economische situatie.
- **Ziggo Dome (opening 2012):** begin 2012 wordt het Ziggo Dome geopend. Het Ziggo Dome wordt een uitgaanscentrum voor evenementen en concerten met een maximumcapaciteit van ruim 15.000 bezoekers. De Ziggo Dome wordt gerealiseerd

samen met het entreegebouw, waar ruimte is voor horeca en kleinschalige concerten, en waar eveneens een voorplein is gesitueerd.

- **Bijlmer Sport Centrum:** aan het Anton de Komplein bevindt zich het Bijlmer Sport Centrum (Opti Sport) met een zwembad, een sporthal en een fitnesscentrum.
- **Bijlmerpark Theater:** sinds 2009 is aan het Anton de Komplein het Bijlmerpark Theater gevestigd. Het theater heeft twee zalen met in totaal 430 stoelen en drie studio's waar theater-, circus- en danslessen worden gegeven aan kinderen. De ruimtes worden in de avond gebruikt door theatergezelschappen. Vrijwel elke zaterdag en zondag is er een voorstelling in het theater, op zondag regelmatig ook overdag voor de kinderen.