

# RUIMTE VOOR BEELD + CULTUUR

Tekst: Rob de Brouwer Dennis Elbers

Ontwerp: Rob van Hoesel

maart 2009

BUSINESSPLAN VERSIE 3.0



**Inleiding:**  
Dit businessplan is geschreven in opdracht van de Gemeente Breda. Vanaf najaar 2009 zal een nieuwe culturele instelling zich vestigen in de Reigerstraat 16.

**Vooraf**  
We leven in een tijd waarin we beslissingen nemen op basis van visuele informatie. Naast taal speelt beeld een steeds grotere rol in ons leven. Continu zijn we onder invloed van beelden, als informatiedrager, als communicatiemiddel en als vermaak. Deze beelden vloeien voort uit de disciplines grafisch ontwerp, fotografie en film/animatie en zijn te benoemen als visuele communicatie. Het gebruik van visuele communicatie kan zowel vrij als toegepast zijn.

**Visie**  
Visuele communicatie is niet meer weg te denken uit de hedendaagse maatschappij. Ze bepaalt in grote mate ons handelen op sociaal en cultureel niveau. Daarnaast vertegenwoordigt de aan visuele communicatie verbonden industrie een grote economische waarde. De werking van visuele communicatie wordt ook wel aangeduid als 'beeldcultuur'; dit relatief jonge begrip is echter nog niet eenduidig gedefinieerd. Vast staat dat visuele communicatie een betekenisvolle rol speelt in onze toekomst en dat de ontwikkeling hiervan deels bepaalt hoe die toekomst er op sociaal, economisch en cultureel gebied komt uit te zien. Anticipatie daarop is voor de stad van essentieel belang. Inbedding van beeldcultuur in het DNA van de stad stelt Breda in de gelegenheid zich op verschillende gebieden beeldbepalend te ontwikkelen. Als voorloper in de nadere definiëring van het begrip beeldcultuur zal Breda op een eigen-tijdse wijze kunnen omgaan met het oplossen van sociaal culturele vraagstukken en zich op economisch en creatief gebied onderscheiden van andere steden.

**Doelstelling**  
© speelt een centrale rol in nauwere toespitsing van definitie van het begrip beeldcultuur en de wijze waarop de stad Breda hieraan bijdraagt. Dit gebeurt op de volgende manieren:

**Ambitie**  
Binnen enkele jaren staat Breda internationaal bekend als stad van vernieuwende beeldcultuur. Samenhang in zowel het onderwijs in beeld/multimedia als de ontwikkeling, toepassing en presentatie daarvan definieert het begrip beeldcultuur steeds verder.

© werkt lokaal samen met onderwijs-instellingen, overheid, bedrijfsleven en culturele instellingen aan de toepassing van visuele communicatie op sociaal, economisch en cultureel gebied.

© realiseert op nationaal niveau aansprekende presentaties op het gebied van beeld/multimedia. Leidend daarin zijn dwarsverbanden, talentontwikkeling en internationale samenwerking.

© huisvest de beeldbepalende festivals van Breda en biedt hen de mogelijk tot efficiënte samenwerking. Deze wijze van organiseren vergroot de continuïteit en zichtbaarheid van deze festivals.



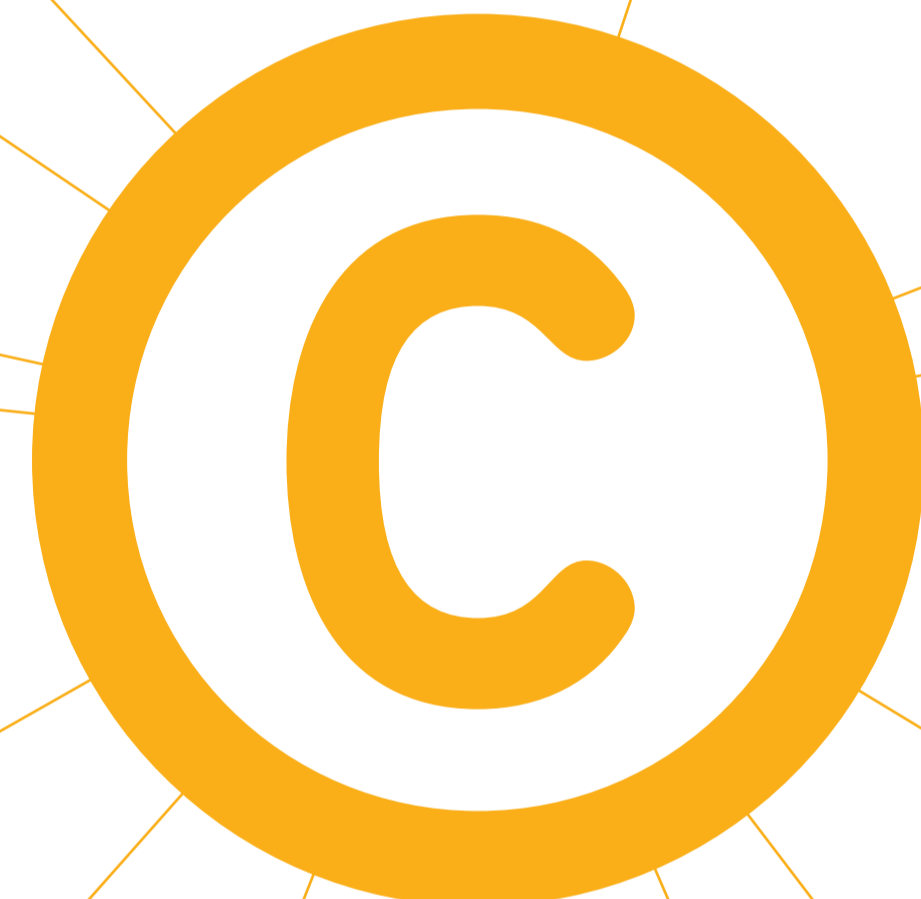
**Missie:**  
Inbedden van beeldcultuur in het DNA van de stad.

**Founding partners**  
Het initiatief tot deze instelling is genomen door de Gemeente Breda en de drie festivals: Breda Photo, Internationaal Film Festival Breda en Graphic Design Festival Breda.

**Bijlages:**  
I. Cijfers en kosten  
II. Stappenplan  
III. Rapport: Verkenning Ontwikkelingsmogelijkheden door dr. B.A.H.G. Jutte en ir. Twan Jütte  
IV. Inventarisatie ruimte door VAK

Grafisch ontwerp, fotografie en film/animatie zijn van oudsher (nb: beeldcultuur is een jong begrip) goed vertegenwoordigd in de Bredase samenleving. In Breda zijn onderwijsinstellingen en beroepsbeoefenaars van internationale uitstraling werkzaam. Daarnaast vinden er in de stad diverse publieke evenementen plaats op voornoemde gebieden. Gezien de perspectieven (zoals Brabantstad Culturele Hoofdstad 2018) kiest het stadsbestuur van Breda ervoor om ontwikkelingen op het gebied van visuele communicatie te ondersteunen en stimuleren.

In de planvorming is veelvuldig gesproken over een 'centrum voor beeldcultuur'. De term 'beeldcultuur' is echter niet eenduidig. De schrijvers zien daarom ook af van de naam 'centrum voor beeldcultuur'. De nieuwe instelling wordt aangeduid als: ©. De keuze voor deze werktitel wordt later toegelicht.



**Wat is ©?**  
Is © een bedrijvenverzamel gebouw? Een informatiecentrum? Een archief? Een onderzoek instituut? Een ontmoetingsplaats? Een presentatieruimte? Een winkel?

© vloeit voort uit de culturele structuur van de stad Breda. Breda kenmerkt zich door een aanschakeling van hoogwaardige organisaties, die zich richten op hedendaags beeld en cultuur.

Deze organisaties vormen op het terrein van beeld en cultuur gezamenlijk een complete waardeketen, die economische, culturele en sociale waarde genereert. Deze waarde is van grote betekenis voor de samenleving in de stad als zodanig, maar moet ook gezien worden in een regionale, nationale en internationale context.

Kenmerkend voor deze verschillende organisaties is dat zij momenteel verspreid over de stad op ad hoc basis samenwerking aangaan en zich niet gezamenlijk presenteren naar publiek, primair en secundair onderwijs, partners en regionale, nationale en internationale pers.

Uit de nota 'Expeditie Breda' over City Marketing en de nota 'Factor C' als vervolg op het gevoerde

cultuurdebat is gebleken dat er sterke behoefte bestaat aan een integrale benadering van economie, cultuur en stedelijke ontwikkeling, waarbij duidelijk is geworden dat veel actoren ook bereid zijn daarvoor intensiever te gaan samenwerken. Hiervoor is zelfs een uitdrukking bedacht: 'kettingen rijgen'.

In © kan de kennis van de organisaties uit de keten worden gebundeld, hetgeen het mogelijk maakt die kennis in te zetten voor sociale en economische doeleinden. En de keten te verbinden op landelijk en internationaal niveau.

© is partner voor overheid en bedrijfsleven in de vorm van een denktank. De denktank kan op verzoek en op eigen initiatief voorstellen doen op het gebied van toepassing van beeldcultuur binnen hedendaagse sociale, culturele en economische processen. Hierdoor kan © beeldcultuur inbedden in het DNA van de stad. © neemt de rol aan van intermediair, het zoekt naar kansrijke toepassingen in de stad die er toe leiden dat Breda buiten de stadsgrenzen de kracht van beeldcultuur uitstraalt. De initiatieven worden uitgevoerd door lokale overheid en bedrijfsleven in samenwerking met lokale ontwerpers en aanverwante industrie.

Voor onderwijs en culturele instellingen is © partner in de vorm van een presentatieruimte. Door projecten in de presentatieruimte worden lokale onderwijs en culturele instellingen verbonden met elkaar en andere partners. Daarnaast geven de projecten het publiek een inzicht in hedendaagse ontwikkelingen op het gebied van beeldcultuur.

Effect van beide is dat de ogen van de buitenwereld zich op Breda richten. Hieruit volgen wellicht nieuwe opdrachten voor lokale ontwerpers, vergroten ondernemers hun afzetgebied, vestigen meer instellingen en bedrijven zich in deze regio en trekt de stad meer toeristen.

© is tevens thuisbasis van de drie beeldbepalende festivals van Breda: Breda Photo, Internationaal Film Festival, Graphic Design Festival. Daarnaast is er ook ruimte voor andere organisaties/ondernemers op het gebied van beeldcultuur.

**OVERHEID:**  
- GEMEENTE BREDA  
- PROVINCIE NOORD-BRABANT

Onderzoek wijst uit dat er twee scenario's zijn waarin exploitatie van het gebouw en functioneren redelijk in balans zijn. Scenario 2 kan ook dienen als start-situatie om vervolgens te werken naar een model als in scenario 1.

## SCENARIO 1

© bestaat uit:

- presentatieruimte
- retailfunctie
- backoffice drie festivals
- vergader- kantineruimte
- Nederlands Archief Grafisch Ontwerpen (NAGO)
- Reclame Arsenal (ReAr)

**Voordeel:**

- landelijke organisaties
- gespreide exploitatiedekking

**Nadeel:**

- geen groeimogelijkheden
- kostbare verbouwing

## SCENARIO 2

© bestaat uit:

- presentatieruimte
- retailfunctie
- backoffice drie festivals
- vergader- kantineruimte
- externe huurders

**Voordeel:**

- grote expositieruimte
- snelle aanvang

**Nadeel:**

- afhankelijk van kleine organisaties

## HOGER BEROEPSONDERWIJS:

- AVANS AKV | ST. JOOST
- NHTV

## TALENTONTWIKKELING:

- KOP
- STARTERSLIJFT CREATIEF
- MARKSTUDIO'S
- ELECTRON

## CULTURELE INSTELLINGEN/ ORGANISATIES:

- GRAPHIC DESIGN MUSEUM
- BREDA'S MUSEUM
- CHASSÉ THEATER
- NIEUWE VESTE
- IDFX

## EVENEMENTEN:

- GRAPHIC DESIGN FESTIVAL
- BREDA PHOTO
- FILMFESTIVAL BREDA

## BEDRIJFSLEVEN:

- AUDIOVISUELE INDUSTRIE
- VORMGEVINGSBUREAUS
- INTERNETBUREAUS
- GRAFISCHE BEDRIJVEN
- UITGEVERIJEN & NIEUWSMEDIA
- SYNTENS
- KAMER VAN KOOPHANDEL
- REWIN

## © FESTIVALS (INTERNATIONAAL)

## © PRESENTATIES / PUBLIEKE FUNCTIE (NATIONAAL)

Het presenteren van projecten op het gebied van beeld/multimedia en cultuur is een publieke functie van essentieel belang. De presentaties dragen bij tot de bewustwording ten aanzien van het begrip beeldcultuur door burgers, (gemeentelijke) instellingen en bedrijven. Het programma vormt een sterke combinatie met het Graphic Design Museum en zal publiek uit alle windstreken trekken.

De presentaties vinden doorlopend plaats en dragen het gedachtegoed van de in © gevestigde organisaties uit. Regelmatig gaat © samenwerking aan met (internationale) partners en makers.

Het programma staat open voor projecten van externe partijen, ze kunnen de ruimte gebruiken voor presentaties wanneer deze voldoen aan de gestelde programma eisen.

### PROGRAMMA

Bij de realisatie van het programma werkt © samen met Graphic Design Festival, Breda Photo, Internationaal Film Festival Breda, IDFX, KOP, NAGO, Reclame Arsenaal, Avans - AKV/St. Joost en CMD, NHTV - Gaming/Colin, Graphic Design Museum en Prensela.org.

## International Film Festival Breda

(jaarlijks)

## Graphic Design Festival

(tweejaarlijks)

## Breda Photo

(tweejaarlijks)

### PROGRAMMA

Bij de realisatie van het programma werkt © samen met Graphic Design Festival, Breda Photo, Internationaal Film Festival Breda, IDFX, KOP, NAGO, Reclame Arsenaal, Avans - AKV/St. Joost en CMD, NHTV - Gaming/Colin, Graphic Design Museum en Prensela.org.

### PROGRAMMA

Bij de realisatie van het programma werkt © samen met Graphic Design Festival, Breda Photo, Internationaal Film Festival Breda, IDFX, KOP, NAGO, Reclame Arsenaal, Avans - AKV/St. Joost en CMD, NHTV - Gaming/Colin, Graphic Design Museum en Prensela.org.

Met de publieke functie worden de volgende doelgroepen bereikt:

- professionals en makers uit het beeld/multimedia vakgebied;
- studenten van creatieve opleidingen (HBO en WO);
- CKV leerlingen uit Breda o.o.;
- kunst- en vormgevingsgeïnteresseerd publiek.

Denktank  
De denktank bestaat uit een wisselende samenstelling van professionals werkzaam binnen de beeldcultuur. Er zijn 10 bijeenkomsten per jaar. De directeur van © legt in iedere bijeenkomst verschillende cases voor. Per bijeenkomst adviseren 4 professionals over deze cases. De denktank creëert niet, maar adviseert. Na de bijeenkomst gaat de directeur aan de slag met implementatie van de voorstellen.

## © ORGANISATIE / MISSIE (REGIONAAL)

Voor het realiseren van de missie van © is een onafhankelijke organisatie nodig. Deze organiseert individuele- en groepsbijeenkomsten met overheid en bedrijfsleven om hen te informeren over het belang en de ontwikkelingen van beeldcultuur.

De organisatie werkt met een eigen budget en wordt vanuit de overheid ondersteund. In eerste instantie door de gemeente Breda en de provincie Noord-Brabant. Steun van landelijke overheid op cultureel en economisch vlak is mogelijk. De organisatie heeft bij voorkeur de rechtsvorm van een stichting. De stichting heeft een klein bestuur en een uitgebreide raad van advies met hierin vertegenwoordigers uit vakgebied, industrie, economie en stad. Het bestuur heeft minimaal twee mensen in dienst (of freelance). Deze personen bekleden de functies van directeur en programma assistent. De directeur is belast met het programmeren van project presentaties en het op eigen initiatief inbedden van beeldcultuur in het DNA van de stad. Hierbij kan de directeur terug vallen op een denktank. De programma assistent produceert de bijeenkomsten, presentaties en verzorgt de PR. Bij het uitvoeren van deze taak zijn stageplaatsen voor studenten van Avans, NHTV en ROC beschikbaar. Op termijn kan dit team worden aangevuld met een consultant, deze neemt voornamelijk het contact tussen denktank en de stad voor rekening.

Het inbedden van beeldcultuur in het DNA van de stad gebeurt in samenwerking met Rewin, Syntens, Kamer van Koophandel en Starterslift.

### SAMENWERKING MET EXTERNE PARTIJEN

### SAMENWERKING MET EXTERNE PARTIJEN

### SAMENWERKING MET EXTERNE PARTIJEN

## © BACK OFFICE

### Back Office

© speelt een centrale rol in de bundeling van krachten op het gebied van de drie festivals. © biedt plaats aan het backoffice van de festivals. Combinatie van organisatietaken van de drie festivals in het backoffice stelt de festivals in de gelegenheid te professionaliseren.

De huidige festivalorganisaties bestaan uit toegewijde professionals, gesteund door zeer gemotiveerde vrijwilligers. Dit legt een grote druk op de organisatie en bedreigt zo het voortbestaan van de organisatie. Continuïteit is een overeenkomstig probleem. De backoffice waarborgt de continuïteit van de festivals, zorgt voor bereikbaarheid en toegankelijkheid, brengt overzicht op inhoudelijk en organisatorisch vlak, evenals praktische daadkracht bij productie en communicatie. De festivals behouden hun eigen identiteit met het intact laten van de artistieke leiding. Bundeling van krachten in de ondersteuning verlaagt de druk op de artistieke leiding, hetgeen de inhoudelijke ontwikkeling van de festivals meer ruimte geeft.

### De backoffice bestaat uit:

#### a) officemanagement,

Officemanagement zorgt voor betere bereikbaarheid van individuele organisaties en medewerkers en kan een rol hebben in een goede afstemming van het onderling overleg. Administratieve handelingen zijn per organisatie redelijk beperkt, maar gecombineerd vormen ze een dagtaak (zeker wanneer er producties in © worden opgezet door deze organisaties).

#### b) publiciteitsondersteuning,

De PR-medewerker verzorgt de publiciteit van de festivals, per situatie kan de functie worden uitgebreid (iedere organisatie behoudt een eigen publiciteitsplan). Dankzij doorlopende contacten worden de lijnen naar de media beter bereikbaar, waarvan zowel © als de festivals voordeel hebben.

#### c) aansturing van vrijwilligers,

Alle festivals hebben veel te danken aan de inzet van vrijwilligers. Door professioneel beheer van een vrijwilligersbestand kan het rendement uit vrijwilligers worden verhoogd. De inzet kan worden uitgewisseld, er kan meer worden geboden als dank voor de inzet en er kan helder worden gecommuniceerd m.b.t. invulling van de taken. Ook binnen © zal een aantal taken door vrijwilligers worden ingevuld. Een passend vrijwilligersbeleid zal leiden tot grotere betrokkenheid vanuit de stad en het werkveld bij de activiteiten.

Via Service Level Request kan per festival de exacte behoefte worden vastgesteld. Uit het huidige bestand freelance medewerkers worden personen geselecteerd aan wie wordt gevraagd hun diensten aan de drie festivals te offeren. Via een Service Level Agreement werken de freelancers voor de drie festivals vanuit een gedeelde kantoorruimte in ©. Door het combineren van tijd en ruimte worden kosten bespaard, overleglijnen korter, samenwerking toegankelijker en werken de organisaties effectiever.

Naast het werken met freelancers kan voor bepaalde functies ook gekozen worden voor inhuren van werknemers via uitzendburo of payroll (administratie kantoor). In dit geval zouden de drie festivals een gezamenlijke stichting kunnen oprichten van waaruit de werknemers worden betaald. Deze stichting heeft alleen betrekking op de backoffice. Gezien de open structuur van de overige onderdelen van de samenwerking, heeft deze oplossing niet de voorkeur. Het vermogen van de stichting zou bestaan uit individuele bijdragen van de festivals naar rato van de inzet van de werknemer voor de betreffende organisatie.

### Programma

Het begrip beeldcultuur was enkele jaren geleden een neologisme. Inmiddels is het een ingeburgerde term, zonder eenduidige definitie. De vraag wat beeldcultuur is, is niet eenduidig te beantwoorden. © kan aan het definiëren van de term bijdragen, door het begrip zichtbaar te maken. Hierbij wordt het begrip in de ruimste zin des woords bezien. Grafisch ontwerp, film, nieuwe media, fotografie, animatie, beeldende kunst, reclame, maar ook technologie en geschiedenis worden verbonden aan onze hedendaagse manier van leven.

Gezien de doelstelling van © en de aard van de programmpartners zijn voor het programma drie peilers te benoemen:

#### 1. Verbinden

Het programma zorgt voor samenwerking en legt dwarsverbanden tussen disciplines, stijlen, media, economische sectoren en culturen.

#### 2. Ontwikkelen

Het programma speelt in op de toekomst. Door terug te kijken en te experimenteren in vorm en techniek wordt het begrip beeldcultuur steeds opnieuw gedefinieerd. Inzicht in de ontwikkeling zorgt voor besef bij de doelgroep. Experiment spreekt het vakpubliek aan.

#### 3. Positioneren

Het programma van © houdt zich tot een context. De positie van beeld ten opzichte van cultuur wordt zowel in lokaal als internationaal perspectief geplaatst. In de exposities wordt een parallel getrokken tussen:

- visuele communicatie en beeldende kunst
- visuele communicatie en sociale factoren
- visuele communicatie en economische factoren
- visuele communicatie en beeld/multimedia

De drie festivals krijgen de gelegenheid de presentieruimte te gebruiken tijdens het evenement. Overige periodes worden zowel door de festivals als door externe partijen ingevuld. Voor de festivals is het organiseren van activiteiten een voorwaarde voor vestiging. Programmavoorstellen worden besproken in een programmacommissie waarin de directeur/programmeur van © en de drie festivals zitting hebben.

### Huisvesting

© functioneert als thuisbasis voor de organisaties:

- ©
- Stichting Filmfestival Breda
- Stichting Graphic Design Festival
- Stichting Breda Photo
- Stichting IDFX

Afhankelijk van het scenario is er ook plaats voor (1) Nationaal Archief voor Grafisch Ontwerp en Reclame Arsenaal of (2) verschillende instellingen/bedrijven op gebied van beeldcultuur.

De locatie in het midden van de stad is ideaal. Wel zijn bouwkundige aanpassingen noodzakelijk. Het gebouw heeft op dit moment een gedateerde uitstraling. Aanbevolen wordt om een bekende architect een ontwerp voor de voorgevel te laten maken zodat recht kan worden gedaan aan de gewenste uitstraling. Ook moet (interieur)architectonische aandacht worden besteed aan de expositieruimte annex videotheek op de begane grond. Daarnaast verdient het gebouw een opknapbeurt en is er sprake van achterstallig onderhoud. In scenario 1 is ook een aanpassing nodig voor de huisvesting van het Nederlands Archief Grafisch Ontwerpen (NAGO). Als NAGO besluit om naar het Centrum te komen, dan is er behoefte aan geklimatiseerde ruimte waar kwetsbare historische archieven kunnen worden opgeslagen en uitgelegd. Uit overleg met NAGO is gebleken dat men enthousiast is over © en dat men er een kans in ziet om delen van het archief periodiek te tonen in exposities, maar dat het een absolute voorwaarde is, dat de ruimte wat temperatuur en luchtvochtigheid betreft wordt beheerst.

### Verhuur/beheer

Alle organisaties zijn huurder van vastgestelde ruimtes. De verhuur wordt gedaan door VAK. Een vast aanspreekpunt in de vorm van een gastheer/manusje-van-alles is onontbeerlijk voor continuïteit in de openstelling van de ruimte. Deze taak kan bij een vaste werknemer liggen. Deze vaste werknemer kan wellicht vanuit de BSW worden aangesteld. De betaling van deze beheerder loopt bij voorkeur via het VAK. Alle huurders betalen hier evenredig aan mee.

### Identiteit

Gezien het verschil in uitleg van de term "beeldcultuur" is in dit plan gekozen voor de naam ©. Het symbool is voor velen herkenbaar. Een abstracte of metaforische naam biedt voldoende uitgangspunten voor het communiceren van de doelstelling en het programma. Het symbool © heeft geen juridische betekenis, maar wel een zeer directe link naar het begrip beeld. De naam is een symbool en is dus beeld. Beeld dat toch uit te spreken is. De associatie en het beeldende karakter van © is uitermate geschikt voor inpassing in een visuele identiteit voor de locatie.

### Communicatie en huisstijl

Naast een eigen naam heeft © een eigen stijl, die herkenbaar maar terughoudend is vormgegeven. Zo krijgen programmpartners de gelegenheid een eigen vormgeving te hanteren, binnen de vastgestelde huisstijlkaders van ©. Deze huisstijlkaders komen ook tot uiting in het gebouw, de gevel en de website. De gevel is het visitekaartje naar de buitenwereld. Het centrum kan de etalagefunctie van de gevel optimaal benutten door middel van wisselende toepassingen.

### Website

Behalve via het gebouw kan © haar taak vervullen via het internet. Het bereik van internet is vele malen groter dan die van de fysieke locatie. De website is niet alleen een informatiedrager. Interactieve toepassingen lichten actuele ontwikkelingen op het gebied van visuele communicatie uit. Wereldwijd kan aan een netwerk worden gebouwd. Dit netwerk draagt bij aan het uitvoeren van de missie, door een stroom van informatie die relevant is voor overheid, bedrijven en vakpubliek. Denk daarbij aan best practices, online marketing tools, networking en blog.

### Retailfunctie

Het is belangrijk een constante factor toe te voegen aan het centrum. Deze zorgt voor ruime openingstijden, extra reden om binnen te stappen, trekt nieuw publiek en is een garantie voor herhalingsbezoek. De vestiging van Cultuideotheek Nextpage is hier een goed voorbeeld van.

Teneinde inzicht te krijgen in de mogelijkheden en kosten voor een verbouwing en aanpassing van het gebouw aan de Reigerstraat is advies gevraagd aan een stedenbouwkundige/architect en aan een museale technisch adviseur. Deze deskundigen, de heren Ir. T. Jütte en Dr. B.A.H.G. Jütte hebben een separaat rapport uitgebracht over hun bevindingen. Dit rapport is bijgevoegd.

### Conclusies rapport bouwkundige aanpassingen:

- Het pand aan de Reigerstraat is zonder aanpassing ongeschikt voor de functies zoals voorzien voor ©. Het is een samenstel van ruimten en bouwmuren uit verschillende tijden, waarvan de staat te wensen overlaat.
- Als het NAGO een plaats krijgt in het gebouw, dan is het noodzakelijk een additionele ruimte te creëren door het bouwen van een compartiment op de bestaande tentoonstellingszaal. Deze zaal en dit compartiment moeten dan een klimaatbeheersing krijgen die aan de eisen voor archieven voldoet.
- Als het NAGO naar Breda komt dan heeft dit instituut zodanig veel ruimte nodig, dat de huidige vergaderzaal beneden moet worden omgebouwd tot kantoorruimte voor de kleinere gebruikers. Er blijft dan niet veel ruimte voor uitbreiding over.
- Als het NAGO niet naar Breda komt, dan kan gebruik worden gemaakt van de bestaande kantoorruimte op de eerste en tweede etage. De huidige vergaderzaal kan dan worden benut als backoffice ruimte.
- In alle gevallen wordt aangeraden de gevel aan te passen aan de noodzakelijke uitstraling van het gebouw. Een transparante structuur wordt aanbevolen.
- Het platte dak moet worden vernieuwd.
- Ook zonder de komst van het NAGO moet overwogen worden om de zichthinderende pilaren te vervangen door een staalconstructie die de zaal op een hoogte van vier meter kan brengen en de lichtinval kan verbeteren. Dit idee is echter niet uitgewerkt, noch in deze notitie noch in het rapport Jütte.

In de rapportage wordt een schatting gemaakt van de kosten die verbonden zijn aan deze aanpassingen. Tevens wordt duidelijk gemaakt welke ruimte beschikbaar is als het gebouw geschikt wordt gemaakt voor het accommoderen van het NAGO. Als het NAGO niet komt, zal de drastische verbouwing ook niet nodig zijn