

# Amsterdam voor toeristen: heel veel ijs, wafels, pizza's en steaks

HOME  
HANNE OBBINK – 2:56, 2 februari 2016

## Ondernemers slaan alarm over verdwijnen van gewone winkels uit de binnenstad

DEEL DIT ARTIKEL



Loop vanaf het Centraal Station de Warmoesstraat in, een van de oudste straten van Amsterdam. Doe bij wijze van spreken uw ogen dicht en ga af op de geur van wafels die door ijssalon na ijssalon verspreid wordt. Goede kans dat alleen al die geur u feilloos naar de Dam voert.

Ga daar linksaf, de Damstraat in, ongeveer honderdtwintig passen naar de eerste gracht, en tel de steakhouses, pizzeria's, ticketshops en - opnieuw - wafelverkopers. Raak de tel niet kwijt, het zijn er twaalf of dertien.

En dat is niet goed, zegt Dick Eberhardt, eigenaar van twaalf winkels in de binnenstad. Die wordt veel te sterk beheerst door toeristen en winkels die aan hen verdienen. "Het gewone winkelaanbod wordt uitgehold. Dit deel van de stad is alleen nog leuk voor toeristen, niet voor gewone Amsterdammers." Samen met andere ondernemers is Eberhardt gisteren de campagne 'Red de winkels' begonnen, met een online petitie tegen 'verloedering'.

De klacht klinkt steeds luider: Amsterdam wordt te druk, te vol en te vies door die nooit aflatende stroom toeristen. Alom wordt verwacht dat die stroom zal blijven groeien. En het gemeentebestuur is niet van plan om die groei in te dammen, maar slechts om de overlast ervan te spreiden, over de héle stad en over alle seizoenen.

Toch deelt wethouder van economische zaken Kajsa Ollongren (D66) de zorg van ondernemers en bewoners. "Weinig Amsterdammers zitten te wachten op meer van hetzelfde", zegt ze. "Diversiteit in winkelgebieden is van groot belang voor een leefbare stad."

Maar instrumenten om die diversiteit te bevorderen, heeft ze nauwelijks. De gemeente kan nu eenmaal niet per pand bepalen wat voor winkel er moet komen, dat bepaalt de eigenaar. Invloed daarop krijgt ze alleen als ze zelf panden aankoopt (of laat aankopen), zoals de afgelopen jaren op de Wallen en aan de Zeedijk is gebeurd. Amsterdam broedt op plannen om die aanpak nieuw leven in te blazen, want, zegt Ollongren, "eigendom van vastgoed is essentieel."

Dat stelt Eberhardt niet gerust. "Het gaat hard, hoor, het is een soort virus", zegt hij. "Als er één ijssalon succes heeft, volgen er meteen drie of vier andere. Met steakhouses net zo. Iedereen kan een biefstuk bakken. Er zit geen enkele rem op."

Hoe dat gaat? Gewone winkels hebben het zwaar. Dus als een zittende winkelier een aanbod krijgt van een andere ondernemer om z'n pand te verlaten, dan is dat het overwegen waard. "Vaak gaat het om mensen die er al twintig, dertig jaar zitten", zegt Eberhardt. "Die hebben het wel gezien na al die tijd, dus als ze een mooi bedrag meekrijgen, willen ze best plaats maken voor het snelle geld van iemand die wil verdienen aan toeristen."

Om welke bedragen het gaat, blijft schimmig, maar dat er tienduizenden euro's mee gemoeid zijn, staat vast. Dat vastgoedeigenaren mee profiteren, is eveneens duidelijk: de huren gaan bij zo'n overname soms twee keer over de kop. En is er wel klandizie voor al die zaakjes met precies dezelfde doelgroep of komen de nieuwe ondernemers aan hun winst door zwart geld wit te wassen? Eberhardt houdt zich op de vlakte. "Ik ken vooral keurig nette ondernemers."

Uiteindelijk keert de wal het schip, voorspelt Eberhardt. Kijk naar Barcelona en Venetië, steden die volledig zijn overgenomen door toeristen. "Voor wie kwaliteit wil, zijn die steden niet aantrekkelijk meer. Als er niets gebeurt, gaat het in Amsterdam dezelfde kant op."

Paul Spoek, al veertig jaar bewoner van de binnenstad, ziet het met lede ogen aan. "Laatst nog, hier om de hoek. Daar zat een sigarenwinkel. Móói interieur, áárdige mensen. Nu zit er een ticketshop. Er is een stuk kwaliteit verdwenen dat nooit meer terugkomt."