



Centrum, Ondernemers

Yet ten Hoorn van De Goede Zaak Amsterdam

Yet begon haar carrière na een opleiding aan de modevakschool in de detailhandel en houdt zich nu bezig met het belang van de winkeldiversiteit. In 2016 kwam ze in contact met de petitie [red de winkels](#) een initiatief van lokale ondernemer, Dick Eberhart en besloot zich in te zetten om de monocultuur door de verschraving van het aanbod in winkelgebieden onder de aandacht te brengen. Dat lukte: het stadsbestuur werd met 5000 handtekeningen goed wakker geschud. De broodnodige diversificatie in het horeca- en winkelaanbod werd prioriteit. De volgende stap was de oprichting van stichting [De Goede Zaak Amsterdam](#) waar Yet projectleider van werd.

Yet is een denker en een doener en runt de stichting samen met de bestuursleden. Een van de speerpunten van de stichting, naast het stimuleren van de horeca- en winkeldiversiteit, is de lancering van het predicaat keurmerk "De Goede Zaak Amsterdam" voor lokale zelfstandige winkeliers. Dat zorgt aan de ene kant voor waardering en geeft erkenning aan de zelfstandige lokale ondernemer die zich onderscheidt met een divers winkelaanbod. Tegelijkertijd zorgt de zichtbaarheid voor bewustwording. Want hoe meer het keurmerk in winkels en online zichtbaar is, des te groter de aandacht, zodat consumenten bewuster gaan winkelen bij lokale zelfstandige ondernemers. Iedereen kan zijn favoriete winkel, waarvan hij denkt dat hij het keurmerk heeft verdiend, [voordragen](#).



Bijzondere buurt

Yet woont sinds haar 19^e al in Amsterdam. Ze ging van Noord naar West naar hartje centrum, in 1995. "Dat is en blijft een bijzondere plek, met veel reuring. Je moet wel tegen drukte kunnen." Inmiddels komen er 17 miljoen bezoekers per jaar en dat zullen er in de toekomst alleen maar meer worden. Dat is een logisch gevolg van de City marketing waarmee de gemeente Amsterdam in 2004 begon, toen de stad laag op de internationale ranglijsten stond. Het Red light district werd een focuspunt en daarmee veranderde het soort bezoeker van de Wallen. Waar eerst hoerenlopers, penoze, pooiers en junks de dienst uitmaakten, liepen opeens jonge mensen en gezinnetjes rond. De gemeente begon panden terug te kopen op de Wallen. Het toerisme groeide, al was het niet zo explosief als nu.

De enorme aanwas van toerisme die volgde, zorgde dat veel ondernemers zich op de eenmalige bezoekers zijn gaan focussen, omdat dat nou eenmaal lucratief is. Als je mensen geen andere keus biedt, kun je ze verleiden met troep. Dat geldt net zo goed voor de overdaad aan Argentijnse restaurants in de Damstraat en goedkope shots in cafés, als voor toeristensouvenirwinkels die allemaal dezelfde rommel verkopen. Die misstanden groeiden door gebrek aan visie en het juiste beleid.

Smeltkroes

De gemeente doet er inmiddels van alles aan om beter te handhaven en de aanwas van de monocultuur terug te dringen. Het aantal coffeeshops is teruggedrongen, er was voor ondernemers met een goed plan subsidie voor een deel van de investeringskosten. "Laten we niet vergeten dat de Warmoesstraat, waar ooit de mooiste en duurste huizen van de stad stonden voordat de grachtengordel werd gebouwd, altijd al een plek is geweest waar allerlei soorten mensen samenkwamen." De prostitutie, aangetrokken door de nabijheid van de haven en de zeelieden, werd toen ook al gedoogd. Nu zijn er zo veel bezoekers dat het soms wel een toeristische attractie lijkt. Maar het zorgt er ook voor dat de buurt divers blijft en niet zo sterk is gegentrificeerd, zoals de Pijp. Er wonen en werken hier nog steeds veel verschillende soorten mensen. Dat maakt het een hele bijzondere buurt, een smeltkroes met een eigen eenheid en waar je als bewoner nog in anonimiteit kan leven. Yet: "Het is er s' ochtends dorps en stil, totdat de dag en de week vordert."

Het is goed om bij stil te staan: de buurt was in de jaren '70 en '80 zo ernstig verloederd, dat je er als vrouw niet alleen over straat kon.

Winkeldiversiteit

Met de stichting maakt Yet zich hard voor de winkeldiversiteit en een goede wet- en regelgeving daarin. Want de winkeldiversiteit is een hoeksteen van de leefbaarheid en authenticiteit van Amsterdam. Een eenduidige oplossing is er niet voor deze problematiek, maar buurt- en straatgerichte branchering, denken vanuit de buurt, is een heel valide optie. Dus: wat heeft toegevoegde waarde en past er nou mooi in deze straat? Wat zou er goed zijn? Ook daar zitten haken en ogen aan, maar je kan wel nadenken over vragen als: wat voor type ondernemers zijn het, hoe kan je ze wel sturen? Er is natuurlijk vrijheid van ondernemerschap, maar met de huidige aanwas van toerisme zal branchering noodzaak zijn. Zodat niet één functie in een winkelstraat of gebied overheerst, waarmee het de ontwikkeling van andere functies in de weg staat. Het huidige marktmechanisme zorgt voor steeds meer ketenvorming. Die ketens hebben steeds meer en grotere winkeloppervlakte nodig, om de omzet te halen die nodig zijn om de steeds hogere huurprijzen te kunnen betalen. Zo worden de pioniers die ooit de leuke winkelstraatjes hebben helpen ontwikkelen, langzamerhand verdreven.

Yet's werk voor de stichting is haar legacy aan Amsterdam. Als Amsterdam de hoofdstad van de winkeldiversiteit wordt, heeft de stichting haar doel bereikt. Voorlopig is er nog een hoop werk te verzetten, maar de stichting focust vooral op de positieve elementen. "Het zijn bouwstenen en we blijven bouwen."

Steun De Goede Zaak Amsterdam, word [donateur-lid!](#)

KEURMERK WINKELDIVERSITEIT

4 februari 2019 by [Florence Meershoek](#)



FLORENCE MEERSHOEK

Op deze site schrijf ik positieve, pakkende verhalen over Amsterdamse ondernemers. Ik help ze hun boodschap zo duidelijk mogelijk over te brengen op hun doelgroep. Misschien ook iets voor jou? Ik schrijf een artikel over jou en jouw bedrijf, zorg voor een groot bereik en aandacht op social media. Ik help je graag verder!



« PREVIOUS POST

NEXT POST »