

De hele wereld in een winkelstrip



Van Eesterengesprek
#47 9 december 2015

Van Eesterenmuseum
Amsterdam



De hele wereld in een winkelstrip

World Wide Nieuw West	4
Marjolijn Boterenbrood	4
Stage in kleurrijke buurt	9
Discussie: van toko tot keten	10
Ivan Nio, Gert Urhahn e.a.	10
Meer lezen	14
Colofon	14



Net als in veel naoorlogse woonwijken werden bij de aanleg van de Westelijke Tuinsteden de 'plinten' van flats gereserveerd voor winkels. Deze winkelstrips kwamen voort uit de wijkgedachte; de belangrijkste voorzieningen moesten op loopafstand aanwezig zijn; de school, de kerk, de speeltuin en de bakker, slager, melkboer, groenteboer en drogist. De maatschappij is de laatste 60 jaar enorm veranderd. De lokale economie van Nieuw-West verenigt de kleinschaligheid uit het oorspronkelijke ontwerp met de vraag en aanbod die de nieuwe inwoners vanuit de hele wereld meebrengen.

In het kader van het programma Werk in West was in het Van Eesterenmuseum de installatie World Wide Nieuw West van kunstenaar Marjolijn Boterenbrood te zien. De installatie zit vol verhalen over producten en ondernemers uit Nieuw-West. In dit Van Eesterengesprek vertelt Marjolijn Boterenbrood over de ondernemers en hun producten aan de Osdorperban. Stads socioloog Ivan Nio en stedenbouwkundige Gert Urhahn droegen vanuit hun expertise en ervaring bij aan de discussie.



Voor het project WorldWideNieuwWest tekende Boterenbrood steden overal ter wereld op een wereldkaart

World Wide Nieuw West

Marjolijn Boterenbrood

Kunstenaar Marjolijn Boterenbrood groeide op met kaarten; waterkaarten, omdat varen de passie van haar vader was. 'Die zijn van levensbelang zodat je niet op de rotsen loopt.' Met World Wide Nieuw West wilde Boterenbrood aspecten van de Westelijke Tuinsteden in kaart brengen. Eerder verkende ze Haarlem Oost en 'mapte' de plaatsen die in de verhalen van de bewoners voorkomen. 'Mijn kaarten gaan over verbeelding; het in beeld brengen van zaken en locaties die anders ongezien blijven.'

Boterenbrood begon het project in 2012 in de Osdorperban. Het viel de kunstenaar op hoe levendig de buurt werd door de verschillende bedrijfjes in de 'winkelstrips', de stroken winkels op de begane grond van de hoofdstraten. 'Er wordt geflaneerd met kinderwagens en rollators. Het is er rommelig en mooi, lelijk en levendig getelijk. Hier ruik en proef je de straat.'

Door persoonlijke verhalen op te tekenen, verbindt Boterenbrood de lokale thema's van kleine ondernemers met mondiale verhalen. 'Wist je dat het graan van je brood uit Rusland komt? Dan begrijp je ook waarom na de branden in de omgeving van Moskou de graanprijzen overal ter wereld omhoog gingen. De keratine die de kapper gebruikt om haar mee te ontkrullen komt uit Brazilië. En de rozen in het boeket van je moeder? Die komen uit Kenia.'

Beeldend kunstenaar Marjolijn Boterenbrood doet artistiek onderzoek naar het functioneren van particuliere en openbare ruimte. Aspecten van een bepaalde locatie worden aan de verborgenheid onttrokken en krijgen op verschillende manieren vorm, van tekeningen, objecten, foto's en installaties tot een atlas van een stadsdeel of een kaart van een park.



De installatie World Wide Nieuw West van Marjolijn Boterenbrood op de tentoonstelling Werk in West in het Van Eesterenmuseum, 2015

Boterenbrood tekende steden overal ter wereld en verbond ze door ondernemers, verhalen en producten te linken. In de films laat ze de ondernemers aan het woord. Zelf zoekt ze uit waar de producten vandaan komen. Behalve in het museum is de installatie ook via internet te bekijken en beluisteren. 'Nur, die zo verlegen was toen we haar filmen, maar iedereen die bij haar in de winkel komt krijgt ze aan het lachen. De Egyptische Ibrahim, de Hindoestaanse Kana'a met zijn Surinaamse winkel en Daniëlla die meer roddels kent dan wie dan ook. Dat zijn mijn multinationals!'

In de winkelstraten wordt niet alleen verkocht. In de bedrijfsruimten wordt ook geproduceerd; brood, sambal, tofu, ketjap, jurken, ras-al-hanout, gordijnen, baklava, kasten, bakeljauw, tafelzuur, bruids- en rouwboeketten, vissoep en tompoezen. Deze producten vormen in de films de schakel tussen de opnames in Nederland en die in het land van herkomst van de ingrediënten. De dorades bij de viswinkel komen uit Senegal. Het filmpje toont de lokale vissers die vis voor hun eigen maaltijd proberen weg te vangen voor de neus van de grote Europese en Chinese trawlers.



Het project betrok ondernemers en klanten. Bij de producten in de winkels was een verhaal te lezen. Bezoekers konden door een QR-code te scannen meer te weten komen over het product en het land van herkomst.

Ter plekke had Boterenbrood kijkkasten gemaakt. Dit maakte gesprekken los op straat en in de winkels; bijvoorbeeld over de kapsalon, de portie patat met shoarma en sla. Niet de Goudse kaas maakt de kapsalon van de Marokkaanse Sana'a de lekkerste ter wereld maar de verhalen waarmee hij ze overgiet.

Hoe hebben nu eigenlijk de stedenbouwkundige ideeën van Cornelis van Eesteren bijgedragen aan de ontwikkeling van deze levendige lokale economie? Boterenbrood vroeg het aan onder anderen Stadssocioloog Ineke Teymant. 'Deze winkelstrips zijn een ontwerp van meer dan 60 jaar geleden maar ze zijn nog altijd succesvol als plek voor ontmoeting en economische ontwikkeling in de vorm van winkels en kleinschalige productiebedrijven. De lokale middenstand emancipeert, er is ambitie en hun kinderen zijn vaak succesvol.'



*Kijkkasten met daarin
de filmpjes van
WorldWideNieuwWest
op de Osdorperban*

Het project is uitgebreid met de winkels op de Johan Huizingalaan en de Burgemeester de Vlughtlaan. Simone Wouters, Alissa Rees en Elvira Scholten, studenten van de Design Academy, maakten al een eerste verkenning op de Johan Huizingalaan. Ze maakten negen filmpjes bij negen ondernemers. Verhalenvertelster Anne van Delft interviewde vier ondernemers op de Burgemeester de Vlughtlaan. Ook deze werden opgenomen in Boterenbrood's installatie.



Nathalie Heuvel heeft als bloemenvrouw contact met buurtbewoners én ondernemers. 'Bruiloften, geboortes, uitvaarten, ik krijg alle emoties aan mijn toonbank.'



Stefanie Jellema van Happy Dog nam op haar 18e hondentrimsalon Happy Dog over. Ze trekt vaste klanten tot ver buiten Amsterdam.

Van de India Bazaar bijvoorbeeld. De eigenaresse kwam in 2011 naar Nederland om in Amsterdam Hindoestaans-Surinaamse producten te verkopen. Vooral Ayurvedische kruiden en supplementen doen het goed. 'Wij zijn de enige winkel in Amsterdam met dit assortiment,' zegt ze. 'Hele aardige mensen,' vertelt Alissa. 'Volgens mij hebben ze alle oliën op mij uitprobeerd.' 'We mochten gewoon nooit zonder iets de winkel verlaten.'

Asala'ans bekledingsbedrijf is gevestigd onder de brug. Daar ontvangt hij klanten die een Marokkaans interieur willen laten maken. De stoffen die hij gebruikt voor gordijnen en om banken mee te bekleden, komen uit Marokko, Turkije en verschillende Europese landen. Als kind al, toen hij nog in Marokko woonde, was hij samen met zijn broer altijd bezig met kledingreparatie. 'Het is krap', geeft hij toe, 'maar de huur is laag en als het regent zit ik droog.' Prima toch?



Mustafa Alboutabir van Asala verkoopt oosterse stoffen en doet kledingreparatie. Hij importeert stoffen direct uit Casablanca. Kleding maken en repareren deed hij al vanaf heel jong, samen met z'n broer.

Stage in kleurrijke buurt

The Beach, waar Wouters, Rees en Scholten stage lopen, is een sociaal designbureau dat de zelfredzaamheid van bewoners wil bevorderen en tegelijk de leefbaarheid van de Wildemanbuurt en probeert door ontmoetingen tussen buurtbewoners en ontwerpers tot stand te brengen. Partners, geïnteresseerde commerciële of non-profitpartijen, kunnen ook een belangrijke rol spelen. Bijvoorbeeld door innovatieve diensten of producten te ontwikkelen. De drie studentes waren gegrepen door de kleurrijke buurt en de verhalen. 'Maar hoe breng je dat vervolgens in beeld, op een speelsere manier dan alleen tekst?' vroegen ze zich af. Fotocollages met geluid bleken het antwoord om binnen de tijd én het budget toch op een speelse manier een indruk van de ondernemers te geven. Doordat je ook de winkelgeluiden hoort op de achtergrond, vergeet je al snel dat je niet naar een filmpje kijkt. En als de verkoopster in de Bulgaarse winkel vertelt over Hollandse koopwaar, dan zoomt de fotocamera in op een blik boter met een molen.

Wat de studenten het meest heeft verbaasd was hoe verweven alle zaken in Nieuw-West zijn. 'Je komt bij één ondernemer binnen, maar die verwijst je dan voor iets door naar een buurman, of een neef. Iedereen kent elkaar, en helpt elkaar.' Wat ze van te voren nooit gedacht hadden, was dat ze zich in zo'n korte tijd thuis zouden voelen op de Johan Huizingalaan. 'We eten er nog regelmatig. Vooral het Sierplein is gewoon heel knus.'



*Urtan Dulmas is de
eigenaar van OZ Noten
& Zuidvruchten.
Hij is gespecialiseerd
in het droog roosteren
van noten.*

Discussie: van toko tot keten

Ivan Nio, Gert Urhahn e.a.

Als stadssocioloog loopt Ivan Nio door de wijk, praat met mensen en fotografeert. Wat hem de afgelopen jaren vooral is opgevallen, is dat er zich twee soorten ondernemerschap aftekenen. 'Ten eerste het traditionele familiebedrijf. Dat gaat soms beter, soms minder, maar vele blijven bestaan. Er is veel concurrentie maar als ze kwaliteit bieden kunnen ze een divers publiek trekken, zoals supermarkt De Marokkaan op de Johan Huizingalaan.'



Ivan Nio is zelfstandig onderzoeker op het grensvlak van planologische en sociaal-wetenschappelijke disciplines. Hij is co-auteur van Atlas van de Westelijke Tuinsteden Amsterdam (2008) en Atlas Nieuwe Steden (2012). Nio is bestuurslid van het Van Eesterenmuseum.

Gert Urhahn is oprichter van stedenbouwkundig bureau Urhahn. Na zijn werk voor de Dienst Ruimtelijke Ordening van de gemeente Amsterdam begon Urhahn begin jaren 90 een eigen bureau voor ontwerp en strategie. Sinds 2010 richt Urhahn zich op het geven van lezingen, workshops en advies met The Spontaneous City International (SPCItl).

Boodschappen doen op de Burgemeester de Vlietlaan, toen en nu foto: Ivan Nio

'Sommige bedrijven redden het alleen door familie laag- of onbetaald in te schakelen,' stelt Ivan Nio, 'maar andere groeien uit tot ketens van nagelstudio's of koffiebars met tientallen werknemers. Nieuwe concepten vanuit de Marokkaanse en Turkse gemeenschap zijn bijvoorbeeld een BeyMen, Konak of Halal Fried Chicken. Die ondernemingen zijn vaak opgezet door tweede generatie allochtonen met bedrijfseconomische kennis die durven te investeren met geleend geld.' Nio vermoedt dat zij een publiek trekken van buiten Amsterdam Nieuw-West, zelfs van ver buiten Amsterdam.' Tweede en derde generatie Turken en Marokkanen uit de hele regio komen hierheen om uit te gaan of feestkleding aan te schaffen.' Het publiek vult aan; toeristen lopen misschien warm voor de pittoreske grachtengordel maar wat de bezoekers van Nieuw-West trekt is de goede bereikbaarheid en het gratis parkeren.



*Hajar Paleis en Halal Fried Chicken; twee voorbeelden van winkels met meerdere winkelunits.
Foto's: Ivan Nio*

Pleinbeleid

Het beleid, zowel in Amsterdam als landelijk, is erop gericht om ondernemers te concentreren in winkelgebieden. Niet meer in langgerekte strips maar op pleinen. De leeggekomen winkelpanden worden vervolgens betrokken door kantoren en sociale voorzieningen, vaak met geblindeerde ramen. De levendigheid van de doorgaande wegen wordt hiermee teniet gedaan. De gemeente voert al enige tijd een ontmoedigingsbeleid voor delen van de Huizingalaan, Tussenmeer en De Vlugtlaan. Veel winkels zouden niet levensvatbaar zijn. 'Maar er wordt geen aandacht besteed aan de gevolgen voor de straat', bevestigt Nio. 'Concentratie van winkels nabij de grote ketens zoals Hema, Albert Heijn, Lidl en Aldi, staat voorop.'

Wat World Wide Nieuw West in de eerste plaats laat zien, is dat winkels van nieuwkomers best kunnen floreren. Terwijl een 'oudkomer' als de Osdorper kaashandel er na dertig jaar mee ophoudt, beginnen veel nieuwe ondernemers meteen groot, met twee of meer winkelunits tegelijk. 'Dat is een fenomeen dat óók niet in beleidsnota's ter sprake komt.' Blijft de vraag waarom het stadsdeel in haar nota's zo vasthoudt aan het beleid om winkels op pleinen te concentreren, terwijl in de praktijk de winkelstrips een bloeiend bestaan kunnen leiden en cruciaal zijn voor de levendigheid in de meestal assymetrische straten in Nieuw-West. 'De thuiszorg en de tandarts moeten zich natuurlijk ook ergens kunnen vestigen', zegt discussieleider Gerrit van der Plas, 'maar er is geen reden dat ze aan de hoofdstraat zitten; het kan ook in een zijstraat of onderin een flatgebouw.'



Gebliendeerde ramen bij de thuiszorg aan de Burgemeester de Vlugtlaan en de tandartsenpraktijk aan de Tussen Meer (foto's: Ivan Nio)

Straatmanager

Moet in het beleid van het stadsdeel niet meer rekening gehouden worden met de specifieke wensen van de inwoners van Nieuw-West én de mogelijkheden van de openbare ruimte? Gert Urhahn, een Duitse stedenbouwkundige heeft een lange staat van dienst in steden over de hele wereld, de laatste jaren ook in verschillende bottom-upprojecten op buurtniveau. 'De vraag is steeds weer; hoe sterk is de gemeenschap? Wat gebeurt er met de relatie tussen de ondernemers, de bewoners en de openbare ruimte? Hierin ingrijpen is één ding, maar iets laten opbloeien is moeilijker.' Als voorbeeld haalt hij de Zeedijk aan. 'Dat was ooit een no-goarea waar niemand in durfde te investeren. Er is daar een straatmanagementteam aangesteld met dezelfde bevoegdheden als de gemeente. Daarmee verklein je de afstand naar eigenaars, investeerders en ondernemers.' Dit is enorm succesvol gebleken, waarna het is herhaald in de Haarlemmerstraat. 'Het voordeel van een collectief is dat ondernemers niet voor zich allemaal het wiel moeten uitvinden.'

Boterenbrood is het roerend met Urhahn eens. 'Je ziet inderdaad dat er door de samenwerking op broedplaatsen of bedrijventerreinen meer bereikt wordt. Een gezamenlijke visie helpt. Een naam ook. De Negen Straatjes hebben dat goed begrepen. Stadsdeel Nieuw-West zich kan zich profileren met de vele 'Van Eesteren-plinten' in Nieuw-West. Dergelijke plekken kunnen ook economisch worden versterkt met een gezamenlijk thema, bijvoorbeeld het mondiale verband of als tegenhanger van de grootschalige Zuidas of als de kleinschalige 'World Wide' evenknie van Schiphol.'

Een straatmanager lijkt dus een goede oplossing. Toch is de samenwerking met de straatmanager in de Osdorperban vorig jaar beëindigd. Volgens Victorien Koningsberger is hetzelfde gebeurd op de Burgemeester de Vlughtlaan. Hoe nu verder? De meeste ondernemers in Nieuw-West maken erg lange dagen. 's Avonds dan nog vergaderen met de winkeliersvereniging zit er dan meestal niet in. Ondernemers brengen heel veel tijd door in hun zaak, maar als daar tussen de bedrijven door een uurtje overhebben, zouden ze misschien gezamenlijk een online platform kunnen starten, oppert Anna Ietswaart. Daarmee krijgt WorldWideNieuwWest dus misschien wel een vervolg.

Meer lezen

WorldWideNewWest van Marjolein Boterenbrood:
www.worldwidenieuwwest.nl

Colofon

Tekst: www.ietswaart.nl

Beeld: Foto's van Ivan Nio. Stills uit films van Marjolein Boterenbrood, Simone Wouters, Alissa Rees en Elvira Scholten.
Foto p. 10 Burgemeester de Vlughtlaan 1955; Beeldbank Archief Amsterdam, inventaris 10163 Fotodienst De Arbeiderspers, bestand 010163001937. p. 11 Burgemeester de Vlughtlaan 196 t/m 206, 1959; inventaris Dienst Ruimtelijke Ordening Dienst Publieke Werken; afdeling Stadsontwikkeling, bestand 10009A005242.

Rechthebbenden van beeldmateriaal kunnen contact opnemen met het Van Eesterenmuseum.

Vormgeving: www.anoukjohanson.nl

Van Eesterenmuseum **Amsterdam**

Burgemeester de vlughtlaan 125

www.vaneesterenmuseum.nl

info@vaneesterenmuseum.nl

