

- mensen maken de stad -

WAT MAAKT WERKEN IN AMSTERDAM INTERESSANT EN LEUK?

14 mensen vertellen over hun werk!



DE MARKTKOOPMAN

Bert van den Ende

Bert van den Ende is niet weg te slaan van de Albert Cuyp-markt. Hij groeide op in die buurt, heeft jarenlang op de markt gestaan en runt er nu alweer zes jaar een sportschoenenwinkel. De kraam op de Albert Cuyp heeft hij ingeleverd voor meer vierkante meter in dezelfde straat. “Mijn assortiment werd te groot.”

Een plek op deze markt veroveren, lukt niet zomaar. Voor een vaste plek sta je op een jarenlange wachtlijst, een sollicitantenplek wordt dagelijks geloot door de marktmeester. En ja, dan druij je als marktkoopman in de vroege uurtjes wel eens af op zoek naar een ander stekkie in de stad. “Vroeger was het helemaal dringen.”

Van den Ende is voorzitter van de ondernemersvereniging Albert Cuyp. Hij houdt van mensen verbinden en is gek op zijn buurtje, met de Albert Cuyp als ware mythe.

“Iedere dag wandel ik met een

gelukkig gevoel de Pijp binnen. Dit is nog echt een Amsterdamse buurt met kleine winkels en diverse ambachten. Je kunt lekker op de markt slenteren, een terrasje pakken, naar het Sarphatipark of de Heineken Experience. De Pijp is niet meer de arbeiderswijk van vroeger.”

En die aantrekkingskracht hebben ook de toeristen ontdekt. De Pijp kent de hoogste dichtheid Airbenb in de stad met als resultaat enorme afvalhotspots. Door de inzet van Van den Ende en kornuiten zijn de afvalbergen inmiddels bedwingbaar.

“Met de ondernemers, bewoners en gemeente vormen we een gouden driehoek. Met elkaar anticiperen we op verandering in de stad. We kunnen mopperen op al die toeristen, maar we verdienen er ook aan. Door de actie Schone Pijp hebben we een schone en veilige buurt. Dagelijks lopen er twee streetcleaners en binnenkort wordt een afvalwinkel geopend. Bewoners en winkeliers kunnen er hun afval en huishoudelijke apparaten brengen.”

Achteroverleunen en genieten van het resultaat mag eventjes, maar dan is het weer tijd om vooruit te kijken, meent Van den Ende. Hij wil de G13-top bereiken: de AH's, Liddl's en Blokkers.

“Ze ontvangen ons met open armen en zijn bereid mee te denken over het behoud van een schone en aantrekkelijke Pijp. Ik ben trots op wat we bereikt hebben. Heel Amsterdam praat erover!”

— **WERKAFSPRAAK:** *In de Pijp. Koffiehuis Moos op de markt, de Schaapskooi of De Wasserette*

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** *“Midden in de Jordaan van brug naar brug kijken.”*

— **FESTIVAL:** *De Parade*

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** *Met de pont over naar Noord*

DE ONTWIKKELAAR/INVESTEERDER

Maarten de Gruyter

Maarten de Gruyter, een telg van de bekende grote supermarktketen uit de vorige eeuw, investeert met Vastgoedontwikkeling Boelens de Gruyter in panden met potentie op een nieuw leven. Daar ligt zijn hart. En als dat dan ook nog eens in Amsterdam is, maakt hem dat trots. Want heel Nederland aast op vastgoed in de hoofdstad. Bierbrouwerij Van Vollenhoven – de mannen van Stout! – op het Oostpoortterrein in het voormalige dierenasiel is zo'n mooi voorbeeld. “We wilden iets bijzonders in dit pand, en dat is gelukt. Met een investering in dit pand en de juiste huurders hebben we iets teruggegeven aan de buurt.”

Natuurlijk gaat het ook om geld verdienen, maar iets teruggeven aan de stad is een onderwerp dat geregeld terugkomt als je met De Gruyter om tafel zit. Zo brengt Boelens de Gruyter nieuw leven in West op het Koningin Wilhelminaplein. De plek voor fashion.

“We hebben daar twee panden aangeschaft, waarvan één monumentaal en oorspronkelijk gebouwd voor een confectiefabriek. De ander is het Fashion House waar vroeger alleen maar agenturen in zaten. In onze panden proberen we diversiteit te krijgen, niet alleen maar modebedrijven. Booking.com, Cichi Dining Experience en Stichting Right To Play Nederland zitten er bijvoorbeeld ook. En we maken de omgeving aantrekkelijker, eigentijds. Van een koffiehoeke, waar bijna niemand gebruik van maakte, hebben we een levendige ruimte gemaakt met stamtafels en zithoeken. Een plek waar gratis wifi en koffie is. Gebruikers van de kantoren zitten er geregeld met klanten. Met relatief simpele dingen kun je een pand een andere uitstraling geven.”



Dat een nieuwe investering werkt, en een gebied transformeert naar een levendige omgeving, is voor De Gruyter een enorme stimulans.

“Het Studentenhôtel zit in het voormalige pand van Het Parool & Trouw. Een pand dat op de slooplijst stond. Wij kochten het. Het hotel is een enorme boost voor de buurt geworden.” Het tegenoverliggende Bommerhuis wordt eind van het jaar opgeleverd met 164 huurappartementen voor het middensegment, eronder komt een grote AH.

“Tien jaar geleden wilde je er nog niet dood gevonden worden. Nu is het een hippe buurt waar mensen willen wonen, werken en uitgaan.”

Woningen voor de middenklasse is toch wel een stokpaardje van De Gruyter. Hij heeft zich er hard voor gemaakt bij de lokale politiek. Met de nieuwe regel 40 procent sociale woningbouw, 40 procent modaal

en 20 vrije sector is hij het niet eens. Tenslotte bestaat de stad al uit 50 procent sociale woningbouw.

“Jonge tweeverdieners die bijvoorbeeld voor Booking.com gaan werken kunnen geen woning meer vinden in de stad. Ze vallen buiten de categorie modaal, en de vrijesectorwoningen gaan tot aan het plafond. Dit probleem aanpakken, is een uitdaging voor de stad.”

— **WERKAFSPRAAK:** *“Op ons kantoor aan het IJ.”*

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** *“Teveel om op te noemen.”*

— **FESTIVAL:** *Geen*

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** *Café Piet de Gruyter, een buurtcafé. “Ooit een oude winkel geweest van mijn familie.”*

DE COMMERCIËLE IDEALIST

Jeroen Jonkers

Natuurlijk moet je geld verdienen, maar dat kan ook met sociale projecten, meent stadsmaker Jeroen Jonkers. Want je moet je best doen om de wereld een beetje leuker te maken. Bij Ik Geef om de Jan Eef, in de Baarsjes, een bewonersinitiatief dat later werd omgezet in de eerste winkelstraatvereniging van Nederland, droeg hij zijn steentje bij, nadat juwelier Fred Hund er werd doodgeschoten.

“Juwelier Fred Hund werd doodgeschoten bij een overval. Dat was de ommekeer. Met een groep professionals uit de Baarsjes maakten we de buurt weer leefbaar. Uiteindelijk haalden we winkels naar de buurt, organiseerden evenementen en zetten we een Facebookpagina op die zo goed was dat we door Facebook zelf werden uitgenodigd om langs te komen. Het was wij tegen de rest van de wereld. De Baarsjes is mede door onze inzet booming.”

Zijn ondernemersbloed heeft hij van zijn ouders, die een meubelfabriek hadden in Overijssel. Aan overname heeft hij nooit gedacht, en dat wilde zijn vader ook niet. “Ik moest uitvliegen.”

Met een heao-papiertje en studie antropologie op zak belandde hij op de Ten Katemarkt. Werd baas van de marktmeesters.

“Fascinerend! Dan sta je met je poten in de modder met zestig nationaliteiten bij elkaar. Van dat



communitygevoel heb ik nog steeds plezier.”

Samen met een aantal vormgevers had hij al tijdens de Jan Eef grootse plannen voor een buiten in de stad. Ze waren verliefd geworden op de eilandjes in de Sloterplas, waar je nog stilte kunt beleven. Klein minpuntje: het was crisis.

“Overnachten in ecologische lodges, geheel zelfvoorzienend, dat was het plan. Vanwege de crisis begonnen we met café Hotel Buiten. Al netwerkend hebben we het betaalbaar neergezet met een bouwkeet als café, een houtkachel, watertank, een luxe Dixi-toilet en een diesellaggregaat. Het gaf een kampeergevoel.”

Ze groeiden uit hun jasje, en hadden een nieuw onderkomen nodig. Uiteraard op dezelfde plek. Het huidige café-restaurant dat met 220 financiers bij elkaar is gesprokkeld. Jonkers zit in het bestuur.

“We hebben veel zelf geknutseld van restmateriaal om de kosten te drukken, uiteraard conform ontwerp en voorwaarden. We zitten aan het strand, en dat maakt het een laagdrempelige vrije plek voor iedereen. Het pand verhuren we aan de ex-

uitbaters van het bekende MOES, dat vorige jaar haar deuren sloot. Bij ons gaan ze verder. Met een deel van de huurinkomsten investeren we in culturele programma's in Nieuw West. Singer-songwriters of Turkse en Marokkaanse comedians bijvoorbeeld.”

Stil zitten, is niks voor Jonkers. Nu Hotel Buiten af is, zoekt hij een nieuwe uitdaging. Het liefst een volgende Jan Eef. (Lachend) “Een groot verloederd winkelgebied waarvan andere mensen zeggen: ‘Ik zou er niet aan beginnen.’ Kennelijk moet ik iets bewijzen.”

— **WERKAFSPRAAK:** *In de Baarsjes. Radijs, Zürich of Hotel Buiten*

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** *Fruittuinen van West. “Een fruitteeltbedrijf en dierhouderij ineen, een fijne plek!”*

— **FESTIVAL:** *Rembrandtparkfestival*

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** *Met het fluisterbootje Waterland in*



HET CREATIEVE BREIN

Casper Reinders

Creëren geeft een kick, en dat doet ondernemer Casper Reinders al 35 jaar. Als kind ging hij met zijn moeder mee naar galeries en musea. Zo kreeg hij interesse in mooie spullen, en werd een verzamelaar. Zijn naam staat voor een succesvol Amsterdams imperium met clubs en restaurants als Jimmy Woo, Rose's Cantina, Lion Noir, Bo Nam, Joya en Libertine Café. Een podium voor zijn 'verzamelwoede', kunst, design en rariteiten. De keuken laat hij aan zijn compagnons over.

“Ik ben veel meer een conceptman en bemoei me met heel veel dingen niet. Dat laat ik aan mijn partners over, die daar beter in zijn. Andersom verwacht ik dat mensen zich niet bemoeien met mijn concept en interieurdesign. (Lachend) Ik ben

ook helemaal niet geïnteresseerd in anderomans mening.”

Eigenzinnig en recht-voor-z'n-raap, een man die conceptueel geen concessies doet, dat typeert deze horecatycoon. Een titel waar hij een gruwelijke hekel aan heeft, en dat steekt hij niet onder stoelen of banken. “Horecagoeroe spant helemaal de kroon.”

Waar haal je de creativiteit vandaan, vindt hij ook een rukvraag. “Een vraag voor mensen die geen inspiratie hebben. Hoe moet je dat nu uitleggen?”

Reinders heeft een netwerk aan handelaren in binnen- en buitenland, struint antiekwinkels af of zoekt items via Google. Niet in Amsterdam, ‘Te duur.’ Zijn adresjes geeft hij niet prijs, hoewel hij er ook niet wakker van ligt als andere horeca-ondernemers zijn werk kopiëren. “Een mooi compliment toch.” Zo-

wel zakelijk als privé komt hij graag bij Bas Jonker in Braambrugge, als hij dan toch iets moet noemen.

En hoe hij dan precies te werk gaat, legt hij uit aan de hand van een van zijn nieuwe ‘aanwinsten’, Club NL, een bekende Moulin Rouge-achtige club, die hij voor de eigenaar gaat verbouwen.

“In een oogopslag weet ik dat ik het sfeertje niet wil veranderen. Binnen tien minuten zie ik het concept voor me. Club NL heb ik sexyer gemaakt door geile materialen te gebruiken, op zo'n manier dat mensen niet direct doorhebben dat het verbouwd is.”

Op de vraag of het niet eens tijd wordt voor het buitenland, het hippe Ibiza bijvoorbeeld, waar zijn vriendin en zoontje wonen en hij ook de helft van het jaar doorbrengt, antwoordt hij stellig ‘nee’.

“Amsterdam is mijn stad. De manier waarop ik zakendoe, kan ook alleen maar hier. Ik ben redelijk recalcitrant, en kleur zelden binnen de lijntjes.”

— **WERKAFSPRAAK:** *Libertine Café*

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** *“Mag het ook een oude zijn? La Thai.”*

— **FESTIVAL:** *“Hou ik niet van, het regent altijd en ik ga liever naar een rockcafé.”*

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** *Het Rijksmuseum*

DE REALIST

Zeger Stinis

Amsterdammers willen nog niet dood gevonden worden op de Kalverstraat, hoor je geregeld uit hun mond. Recent onderzoek bewijst dat het nogal meevalt, de helft van de omzet komt juist van Amsterdammers, zegt Zeger Stinis van de ondernemersvereniging Kalverstraat en Heiligeweg. Hij is mede-eigenaar van Luna's Café op de Kalverstraat en heeft elders in de stad reclamebureau Sir Geoffrey, en adviseert winkelbedrijven en overheidsinstanties. Volgens Stinis praten Amsterdammers negatief over de Kalverstraat omdat hun verwachting niet strookt met het aanbod.

“Avontuurlijk winkelen bij kleine winkeltjes doe je niet in de Kalverstraat. Wel kun je er prima terecht bij de internationale ketens, flagshipstores die de hele collectie verkopen. En er zitten in het Paleiskwartier pareltjes aan kleine horecagelegenheden.”

Dat plaatje zijn ze op de Kalverstraat beter gaan communiceren in een campagne. Heb je die mindset als rasechte Amsterdammer omgezet, en waag je je aan een middagje winkelen op de Kalverstraat dan heb je nog een ding te overwinnen: die hordes toeristen en dagjesmensen.

“Daar hebben we nu eenmaal mee te dealen. Er zullen alleen



maar meer toeristen naar Amsterdam komen. Voor ons café is dat goed, maar ik ben wel een Amsterdammer en vindt dat het voor de eigen bewoners ook aantrekkelijk moet zijn. Probeer de piekmomenten te omzeilen, van dinsdag tot en met donderdag of zaterdagochtend voor twaalf uur is het hier prima vertoeven.”

Volgens Stinis is het aantal bezoekers niet het probleem, maar de overlast.

“Ik zit namens Amsterdam City geregeld met de gemeente aan tafel en dan komt de spreiding van de toeristenstroom ook aan bod. Iets dat je niet zomaar voor elkaar krijgt, dat vereist een nauwe samenwerking met diverse disciplines.”

Veiligheid is ook zo'n onderwerp. Naar aanleiding van de aanslag in Barcelona op de Ramblas heeft Stinis een gesprek met burgemeester Eberhard van der Laan gehad.

“Als ondernemers en stad moeten we het terroristen vooral niet makkelijk maken. Ook bij ons kun je zo met een busje de Kalverstraat op rijden en slachtoffers maken. Met de gemeente kijken we hoe we dit gebied veilig kunnen maken zonder lelijke betonnen obstakels. We moeten geen vestiging van onze binnenstad maken en ons zeker niet door angst laten leiden. Gewoon gezond verstand gebruiken!”

— **WERKAFSPRAAK:** “Dat wisselt. Vaak ook in Luna's, we schenken lekkere koffie.”

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** Onder Café de Paris. “Een plekje waar je heerlijke pannenkoekjes kunt eten.”

— **FESTIVAL:** Het Holland Festival.

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** Het Concertgebouw. “Als puber ging ik vaak naar de gratis lunchconcerten op woensdag.”



DE TALENTSCOUT

Marlies Buurman

Broedplaatsen voor kunstenaars in de stad zijn er genoeg, maar geen zoals WOW in de voormalige hts in Bos en Lommer, een modernistisch pand dat jaren leegstond. Een grote kolos in een naoorlogse wijk. In het gebouw floreert een hostel met 350 bedden en wonen er roulerend vijftig kunstenaars tegen lage huren. Een deel van de inkomsten uit het hostel vloeit terug naar het creatieve programma, dat samen met de artists in residence wordt georganiseerd. Marlies Buurman neemt de kunstenaars onder haar hoede. Ze werd er voor gevraagd, vier jaar geleden. Werkte bij het Architectencentrum Amsterdam, had diverse exposities en architectuurboeken geschreven en was toe aan een nieuwe uitdaging.

“Op mijn hoogtepunt, een uitwisselingsproject tussen de architectuurcentra van Amsterdam en New York, vond ik het tijd voor iets nieuws”, lacht ze.

Buurman had altijd al de wens iets met herbestemming te doen, en werd verantwoordelijk voor de cul-

turele programmering in het oude schoolgebouw.

“Het pand trok toen veel rottigheid aan: werkeloze en spijbelende hangjongeren die drugs gebruikten. Een aantal jaar geleden was het nog de slechtste wijk van Nederland, een rotte plek in de stad. Het negatieve stempel kleeft soms nog aan de wijk. Onterecht, het gaat steeds beter met de Kolenkitbuurt.”

WOW is een platform voor toptalenten, een mix van afgestudeerden, creatievelingen, modeontwerpers – Sophie Hardeman is booming – musici, dansers, grafici, performers. Ze worden gescreend in een selectieprocedure en kunnen maximaal twee jaar in WOW verblijven. Buurman helpt ze op weg bij de eerste schreden in hun artistieke carrière.

“We organiseren modeshows, filmavonden, muziekoftredens, expo's. Zo kan de buitenwereld kennismaken van ons talent. Ook leren we onze talenten hoe je onderneemt en werk verkoopt.”

Niet alleen de talenten krijgen kansen, ook de wijk profiteert mee.

“Buurtkinderen kunnen bijvoorbeeld betaalbare muziek- of

danslessen volgen. We zijn een ontmoetingsplek voor zowel toeristen, kunstenaars als de buurt. WOW straalt optimisme uit en trekt de leefbaarheid omhoog met de gasten van het hostel, de kunstenaars die er werken en wonen. Met de invulling van dit pand dragen we bovendien bij aan de sociale veiligheid. Ook de lokale economie floreert; de gasten van het hostel besteden hun geld bij buurtwinkeltjes. Met het transformeren van vastgoed kun je op deze manier een bijdrage leveren aan het verbeteren van een stukje stad.”

— **WERKAFSPRAAK:** In het restaurant van WOW of de expositieruimte

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** Honigfabriek aan de Zaan, een plek voor creatieve ondernemers

— **FESTIVAL:** IDFA

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** MuseumN8. “WOW programmeert diverse zalen in Huis Marseille met jong talent.”



07

DE RECLAMEMAN
Paul Alberts

Mensen werken het liefst in een hotel, keuken, café, trein of buiten, blijkt uit onderzoek van Het Financiële Dagblad. Dus komt die favoriete top 5 terug in het pand van BrandBase. Je stapt binnen in de lobby, loopt door naar de grote keuken of drinkt een goede latte macchiato in het BrandBasecafé. Verkies je de buitenlucht, ook dat kan op het ruime dakterras.

Paul Alberts: “Zo’n omgeving werkt zeker inspirerend, maar de beste ideeën krijg je door met goede mensen te werken. En die professionals zitten in Amsterdam.”

020 is dé plek voor communicatie en reclame. In Amsterdam gebeurt het.

“De beste toeleveranciers en meest creatieve geesten kom je in Amsterdam tegen. En voor een campagne heb je ongelooflijk veel mensen nodig. Met een storyboard je alleen red je het niet meer.”

De Amsterdamse reclamemakers van BrandBase veroveren met hun

campagnes menigmaal de rest van de wereld.

“Nederland, Amsterdam is uitstekend testmateriaal. Werkt het hier dan kun je ervan op aan dat het in de rest van Europa ook een succes is”, vertelt Alberts. Generation Discover is er zo eentje.

“Voor Shell hebben we dit evenement georganiseerd om interesse in techniek bij kinderen aan te wakkeren. In de tweede van de middelbare school moeten ze die keuze in het vakkenpakket al maken, dus moet je jongeren in groep 7 en 8 in hun kraag vatten. Techniek is niet alleen in een blauwe overall klooiën aan de brommer van je buurjongen; techniek is de wereld van Apple, Robotica, vliegen en nieuwe energie. Zo’n 50.000 kinderen kwamen op het evenement in Den Haag af. Ons concept wordt nu wereldwijd uitgevoerd. Te gek natuurlijk.”

Iets dichterbij huis, Sail. Voor hoofdsponsor ING maakt BrandBase jaarlijks in de Amsterdamse haven een thema-eiland. Pirateneiland trok de laatste keer 800.000 bezoekers naar het strandje.

“Een fantastische plek voor

kinderen en hun ouders: ‘Laat het nu liggen. Dan kunnen we hier de hele zomer van genieten’, is steevast de reactie van bewoners. Een mooi compliment. Het is extra leuk om iets voor mijn stad te maken.”

Amsterdam is dan wel zijn stad, een puntje van kritiek heeft hij ook. “Amsterdam mag wel een tikkie strenger handhaven.

Maak elektrische scooters verplicht! In veelwereldsteden waar ik kom, doen ze dat al. Plastic tasjes ook zoiets, in Kenia geldt een verbod. Een groenteboer die een tasje geeft, gaat vier jaar de gevangenis in. Kenia joh... Dat hadden we hier allang kunnen regelen. Als stad kunnen we extra gas geven.”

— **WERKAFSPRAAK:** *Op kantoor of café Thijssen*

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** *Tolhuistuin. “Hapje eten met het gezin.”*

— **FESTIVAL:** *Wicked Jazz Sounds*

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** *Het Concertgebouw. “Ik ben er te lang niet geweest.”*



08

DE STRAATMANAGER
Annemieke Bieringa

“Ik ben de lijm tussen de ondernemersverenigingen en de gemeente, de spin in het web. Ik werk oplossingsgericht en pak dingen aan zoals vuilnisoverlast, drukte in de binnenstad, marketing. Collectieve zaken die alle ondernemers aangaan”, vertelt straatmanager Annemieke Bieringa, een voormalig jurist. En hoe een jurist op straat belandt?

“Een vriendin was straatmanager op het Rokin, en dat leek me wel wat. Ik heb een groot hart voor Amsterdam, studeerde hier en woon er nog steeds. En, als jurist arbeidsrecht deed ik niet anders dan mensen bij elkaar brengen.”

Ze werkt in opdracht van ondernemersverenigingen of een biz. Een

speciaal plekje in haar hart heeft de Zeedijk.

“Je haalde het niet in je hoofd om vroeger op de Zeedijk te lopen, te veel criminaliteit. Tegenwoordig slenter je door de Zeedijk. Ik ben daar trots op. Dat is toch de verdiensten van de NV Zeedijk en ik help daar als straatmanager bij. Het is zo goed gelukt. Op de historische Zeedijk zitten Chinese ondernemers in het oude Chinatown, winkels, horeca, echte Amsterdamse kroegen, de gay-scene en jonge frisse ondernemers zoals die van Dum Dum Palace, een tijdelijk restaurant waar ook een muziekstudio zit. Of schoenenwinkel Patta, jongeren kamperen een nachtje voor de deur als ze hippe gympen willen bemachtigen.”

Volgens Bieringa is iedereen er

op zijn plek. “De Zeedijk is een mooie mix zoals Amsterdam hoort te zijn. Niemand kijkt van elkaar op. Of er nu mannen met roze pruiken lopen met Hartjesdag of er een processie van Chinezen op Boeddha’s birthday is. Het kan allemaal. Die vrijheid hoort bij de stad, en zeker bij de Zeedijk.”

De He Hua tempel is zo’n bijzondere plekje op de Zeedijk. En een bewijs van lef, stelt ze.

“De Zeedijk was nog redelijk verloederd toen de Chinese ondernemers een boeddhistische tempel realiseerden op een voormalige kinderspeelplaats. Een ontmoetingspunt voor de vele Chinezen in de buurt. Toen nog koningin Beatrix opende de tempel in 2000, en dat trok veel bekijks. Er wordt veel georganiseerd; de verjaardag van Boeddha wordt jaarlijks in mei groots gevierd. Een prachtig feest. Ik ga vaak even langs. Sommige Chinese ondernemers hebben nog moeite met de Nederlandse taal; ik kijk dan waar ik kan helpen. Als ik langs de plaquette van Chet Baker, de plek waar hij uit zijn kamer viel en overleed, de Zeedijk door loop richting de Nieuwmarkt geniet ik. Ik voel me in dit stukje Amsterdam altijd blij.”

— **WERKAFSPRAAK:** *Café Del Mondo op de Nieuwmarkt*

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** *“Na jaren procederen komt er eindelijk een Aziatisch themahotel op De Gelderse kade met een ingang op de Zeedijk. Geweldig voor de buurt en Chinatown.”*

— **FESTIVAL:** *“Ik heb een ongelooflijke hekel aan festivals, veel te druk.”*

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** *Restaurant Centra*

DE ANTIQUAIR

Hesdy Artist

Het vak heeft Hesdy Artist geleerd van zijn inmiddels overleden goede vriend en mentor Rudolf Koster. En dat is alweer 23 jaar geleden. Als voormalig bankmedewerker en mede-eigenaar van antiquariaat Egidius bleek hij een neus te hebben voor kunst, en dan vooral kunst uit de 18e en 19e eeuw: meubels, kroonluchters, porselein, tekeningen.

“Soms heb je iemand in het leven nodig die zegt: ‘Je bent hier goed in.’ De allereerste keer dat ik iets moois kocht, vergeet ik nooit meer. Ik was met Rudolf op de markt, en zag een 18-eeuwse stoel. Rudolf was er niet zo zeker van; ik wel. Op de terugweg gaf hij me gelijk en zei: ‘Wat jij leert in een paar maanden, doen anderen jaren over.’ Een fijn compliment, en een bevestiging dat ik in dit vak moest doorgaan. In al die jaren heb ik wel vaker iets moois voor zijn neus weggekaapt. Andersom ook, we hadden dezelfde smaak.”

En hoe hij dat talent verklaart? “Dat heeft met een manier van kijken te maken en vooral bij mijn eigen smaak blijven.”

Geld is absoluut niet zijn grootste drijfveer, benadrukt Artist. Zijn klanten adviseert hij ook altijd om van hun vertrekken geen stijlkamer te maken, maar een sfeer te creëren. Zijn belangrijkste tip: koop met je hart.

“Koop geen stuk met de gedachte dat je het tien jaar later met winst kunt verkopen. Koop iets omdat je



09

het mooi vindt, omdat je het wilt en kunt betalen.”

Artist struint markten en handelaars af in binnen- en buitenland, Wenen, Parijs of Brussel. Maar ook dichterbij vindt hij mooie spullen. Op het Waterlooplein of de Noordermarkt bijvoorbeeld. “Vanochtend heb ik op de Noordermarkt nog een mooie 17-eeuwse gravure gekocht. Een mannenkop. Een mooi stuk bemachtigen geeft me na al die jaren nog steeds een kick.”

Artist heeft veel internationale klanten en dat wijt hij aan zijn on-Hollandse smaak, verfijnd en kleurig. Waar hij blij van wordt, is dat jongeren geïnspireerd raken door zijn Instagram-account.

“Met mijn account zet ik jongeren aan om kunst te studeren, blijkt.

Dat is het mooiste compliment dat je mij kunt geven.”

Over zijn kunstnalatenschap denkt hij wel eens na. Wat als er iets met hem gebeurt, kinderen heeft hij niet. “Desnoods schenk ik het aan musea. Ik vind het belangrijk dat mensen de schoonheid van kunst zien.”

— **WERKAFSPRAAK:** Bij mij in de zaak

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** Café-restaurant De Plantage

— **FESTIVAL:** “Ik hou niet zo van festivals. Te druk.”

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** Allard Pierson Museum



10

DE ARCHITECT

Jos van Eldonk

Veel mensen willen dolgraag in de stad wonen en dat is een uitdaging die Jos van Eldonk, van het landelijk opererende architectenbureau Common Affairs, met beide handen aangrijpt. Ideeën te over.

“Na de crisis is de stad weer in beweging. Amsterdam staat voor een enorme opgave, de vraag naar betaalbare woningen is groot. Mensen willen dichterbij elkaar wonen, de behoefte om samen te zijn is groter. De huizen worden kleiner en de cafés en restaurants zitten voller. De stad wordt de huiskamer van de inwoners, hechter en collectiever. Ik ben blij dat de stad steeds vaker bewuster gebruikmaakt van openbare gelegenheden.”

Amsterdam gaat met zijn beleid terug naar een traditie: de stad is voor iedereen. Veertig procent van de nieuw te realiseren woningen is

bestemd voor sociale woningbouw, veertig is bereikbaar voor mensen met een modaal inkomen, de rest is vrije sector.

“En terecht. Als zelfs onderwijzers en agenten niet meer in de stad kunnen wonen, doe je het niet goed. De charme van Amsterdam is toch dat het een stad voor alles en iedereen is. Dat anarchisme moet gestuurd worden vanuit de overheid.”

Door te verdichten en de lucht in te gaan – zeventig woontorens staan op de planning – kan Amsterdam deze uitdaging aan, stelt Van Eldonk.

“Ik ben niet bang voor hoge gebouwen, als ze maar goed op de grond staan. Je moet zeker geen parkeergarages op de begane grond realiseren, dan help je de stad om zeep. Als je er mooie ontmoetingsplekken realiseert met veel aanbod, is het een ander verhaal.”

Met zijn bureau werkt hij bijvoor-

beeld aan stadsdeel Noord, ooit het stiefkintje van Amsterdam.

“De sprong over het IJ is al eerder gemaakt. Het IJ wordt steeds vaker als centrale as gezien. Je kunt er fantastisch wonen bij het water. In Noord kan de stad bij wijze van spreken verdubbelen. Er zijn genoeg spannende plekken te vinden. En verder moet je het aanbod leuker maken. Het winkelcentrum Boven ‘t IJ wordt bijvoorbeeld geüpgrade met een bioscoop, museum en andere voorzieningen.”

Makkelijk zal het niet zijn, erkent hij. Want hoe combineer je het groene en weidse karakter van Noord met verdichten. “Daar moet je creatief mee omgaan. Qua groen kun je denken aan daktuinen. Een mooi alternatief.”

— **WERKAFSPRAAK:** Op kantoor. “Toen we nog in de binnenstad zaten, was dat vaak bij Dauphine.”

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** Het Marineterrein. “Lange tijd was dit een stukje verboden stad.”

— **FESTIVAL:** “Laatst hebben we op de Weesperzijde als buurtbewoners een festival georganiseerd, Weesperzijde Eet. Iedereen nam wat mee en deed een act. Heel leuk!”

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** Het Rijksmuseum

DE HOOFDREDACTEUR

Jaap de Groot

Eigenlijk zou hij archeologie studeren. Vlak voor de start van zijn studie brak het angstzweet hem uit. Jaap de Groot, die in het Nederlands jeugdteam honkbal speelde, leverde zijn boeken in en trok de wijde wereld in. Eenmaal terug kon hij aan de slag bij het Noordhollands Dagblad, op de Alkmaarse redactie als sportverslaggever. Daar werd hij na zes weken al weggekaapt door De Telegraaf.

“Ik had twee knallers van premiers. De overstap van wielrenner Hennie Kuiper van Frisol naar naar TI-Raleigh, en Jan Mulder werd afgekeurd voor het profvoetbal. Zo werd ik de jongste sportverslaggever bij De Telegraaf.”

Veertig jaar later is hij hoofdredacteur Telesport en kijkt De Groot terug op een mooie carrière. Om zijn vak spannend te houden, deed hij er van alles naast in zijn vrije tijd: schreef boeken, deed radio en documentaires voor tv en organiseerde grote sportevenementen zoals de ‘Wedstrijd van de Eeuw’. Ontmoetingen en gesprekken met Silvio Berlusconi voor een internationale tv-documentaire deden zijn sportieve blikveld verruimen.

“Berlusconi heeft me geleerd om out of the box te denken wat sport en mijn carrière betreft. Zo bleef ik de verveling voor en zit ik nog steeds op mijn plek bij De Telegraaf.”



De Groot was twee decennia lang ghostwriter van de columns van Johan Cruijff. Er ontstond een dierbare vriendschap, waarin de mannen maar een half woord nodig hadden.

“Wie krijgt nu weer een veeg uit de pan, dacht ik vaak als we met elkaar belden over de column. De minister, een bestuurder, de trainer, spelers? Johan hield de lezers scherp met zijn mening. In de laatste fase van zijn leven hadden we elke dag contact. We spraken vaak over voetbal, het leidde zijn aandacht af van zijn ziekte.”

De Groot tekende Cruijffs leven op in de autobiografie *Mijn Verhaal*.

“Daarin maakte hij de balans op van zijn leven. Haast filosofisch. Het is een boek met onvergetelijke gesprekken geworden. Weet je dat onze vaders elkaar al kenden? Daar kwamen we pas vele jaren later achter. Mijn vader maakte als 17-jarige

jongen zijn debuut bij Ajax 1. De man die hem opving was Manus, de vader van Johan. Er is nog een foto dat Manus Cruijff mijn vader op zijn schouders tilt. Johan en ik werden er stil van. Dat is toch bijzonder: jaren later worden wij bij elkaar gebracht.”

— **WERKAFSPRAAK:** *Op de Apollolaan.*
“Waar zeg ik niet, want ik kan er nog met de grote der aarden afspreken.”

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** *A'dam Toren.*
“Mijn maatje Duncan Stutterheim heeft daarmee iedereen weer aangenaam verrast.”

— **FESTIVAL:** *Jordaanfestival en Uitmarkt*

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** *Club Trio Bier in De Melkweg.* “Jan Eilander en zijn makkers slagen er elke maand weer in om er een mooi feestje van te maken.”



DE SPORTMAN/BODYGUARD

Robby Nelson

Deze ex-kickbokser – hoewel hij onlangs voor de fun een laatste wedstrijd bokste – en Europees en Wereldkampioen opende drie jaar geleden zijn trainingsclub Double Trouble. En dat is een groot succes, vooral onder de vrouwen. Ze zijn weg van Robby Nelsons’ high intensity intervervaltraining, uniek in zijn soort. Kracht, snelheid en uithoudingsvermogen worden in een rap tempo verbeterd. “Als jij acht weken bij mij traint, ken je je lijf niet meer terug.”

Nelson heeft alles wat hij ooit zelf heeft gedaan ter voorbereiding op een kickbokswedstrijd verwerkt in zijn personal training of kleinschalige groepslessen. Hij eist 100 procent inzet van zijn trainees.

“Ze moeten diep gaan, anders boek je geen resultaten. Pittig, maar na afloop van een les krijg ik altijd een bedankje. Dat geeft voldoening.”

Nelson had een vorig leven en dat speelde zich vooral af in het uitgaansleven. Als eigenaar van een securitybedrijf stond hij aan de deur van exclusieve clubs als de Jimmy Woo. Hij beveiligde winkels, evenementen en personen. Voor persoonsbeveiliging werd hij destijds vanuit zijn sportachtergrond benaderd. Met sommige celebs heeft hij een band: Tommy Hilfiger en Doutzen Kroes, bijvoorbeeld.

“Als ze in Nederland zijn, beveilig ik ze nog steeds, een uitzondering. We vertrouwen elkaar blindelings en zijn op elkaar ingespeeld.”

Nelson vond het nachtleven niet meer zo fijn, een van de redenen dat hij met zijn trainingsclub begon en stopte met het beveiligingswerk.

“In het nachtleven heb je altijd ongeregelheden. Je bent vaak de boeman, en dat geldt ook voor winkelbeveiliging. Ik wilde mijn kennis positief inzetten. Nu lever ik op een leuke manier een bijdrage aan het welzijn van mensen.”

Hoewel buitenstaanders bij kick-

boksen nog eens de wenkbrauwen fronsen, heeft hij daar als ex-kampioen kickboksen geen last van.

“Robby Nelson Trainingclub is geen kickboksschool. Ik combineer het beste uit de techniek met mijn trainingen. Mijn club ben ik in 2014 bewust begonnen in de Pijp, een kickboksschool zul je daar niet snel vinden. Ik wilde ook voor iedereen bereikbaar zijn, niet alleen een select publiek. Al snel had ik een wachtlijst van zeventig mensen. Intussen ben ik verhuisd naar een grotere ruimte in dezelfde buurt. Hier zitten mijn potentiële trainees.”

Dromen heeft hij nog steeds. Meer mannen naar zijn lessen krijgen, en een tweede vestiging in Nederland. “Dat lijkt me wel wat.”

— **WERKAFSPRAAK:** *Op de trainingsclub*

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** *Café Libertine.* “Heeft de lekkerste koffie.”

— **FESTIVAL:** *Kwaku, een Surinaams-Antiliaans Festival*

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** *Paradiso*

DE VASTGOEDONDERNEMER *Maarten Matze*

Maarten Matze van PingProperties werkt met passie en menselijke maat. Met oog voor de schoonheid van een pand, de omgeving en de gebruikers. PingProperties gaat verder waar anderen afhaken. “Je bent niet goed wijs’, zeggen mensen weleens als ik ze vertel op welk pand we ons oog hebben laten vallen”, vertelt hij.

De oud-student Bouwkunde miste bij standaard vastgoedmaatschappijen de relatie tussen gebouwen, de stad en gebruikers. Door concepten voor de langere termijn te realiseren, te investeren in gebouwen met een grote grondpositie eromheen, onderneemt hij vanuit PingProperties onconventioneel met lef. “Om iets te bereiken heb je volume en een visie nodig.”

Kantorencomplex Atlas Arena in Zuidoost is zo’n mooi voorbeeld. Het voormalige Fokker hoofdkantoor, 16.000 hectare grond en 19.000 m2 kantoor, is door PingProperties aangekocht in een periode dat mensen zich er liever niet vestigden.

“Nu is de Bijlmer in trek, in 2006 was dat wel anders. Toch lukte het ons om in twee jaar tijd het gehele complex te verhuren. Als je veel grond hebt, kun je de omgeving aantrekkelijk maken. We realiseerden een park met onder



andere twee restaurants, een hotel en kinderdagverblijf. Die faciliteiten ondersteunen het gebied. Je moet een plek creëren waar mensen zich mee identificeren. Met een fijne werkomgeving trek je ook talent aan; dat die werkplek dan in Oost zit, maakt dan niet meer uit.”

Of het nu Dutch Tech Campus in Zoetermeer is – het paradepaardje van de lokale politiek – of het voormalige pand van de Kamer van Koophandel in Utrecht – ooit het lelijkste gebouw van de stad – ze hebben allemaal een gemeenschappelijke deler. Er is eerst logisch nagedacht over hoe een gebouw in de omgeving functioneert. Gekeken naar de oorspronkelijke schoonheid.

“Het gebouw van de Kamer van Koophandel hadden we ook kunnen platgooien. Zet er een paar woontorens op, klaar; maar dat is nooit in ons opgekomen. Ik keek door de lelijkheid heen, in de basis was het pand prachtig. Daarin zocht ik mijn uitdaging. Zo krijg je ook mensen mee.”

Mensen meekrijgen, lukte niet bij de plannen voor een hotel op

Schiphol-Oost. De IND vertrok onverwachts uit hun pand. En ja, wat doe je dan? “Een hotel bouwen”, zegt Matze.

Geen exploitant te vinden die er wilde ondernemen, dus deden ze het zelf. Zonder enige ervaring. Nu is PingProperties sinds tien maanden de trotse eigenaar van het duurzaam getransformeerde designhotel Tulip Inn Amsterdam Airport. En met succes: het staat het hoogst op de ranglijst van niet-terminal hotels en nummer drie op Booking.com. “Vliegen levert altijd stress op. Bij ons kun je betaalbaar ontspannen in een groene omgeving. Tsja, af en toe moet je gekke sprongen nemen om iets moois neer te zetten.”

— **WERKAFSPRAAK:** “In ons eigen hotel.”

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** Hotel Arena. “In de serre ben je even van de wereld.”

— **FESTIVAL:** Terrassenfestival Oosterpark

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** Van Gogh museum

DE PROJECTLEIDER *Yet ten Hoorn*

Van huis uit is ze een ‘klerenwif’, zegt ze lachend. Yet ten Hoorn werkte jaren in de mode-industrie en grafische sector en komt uit een ondernemersgezin. Ze is altijd gefascineerd geweest door retail en is nu projectleider bij Stichting De Goede Zaak Amsterdam. Die stichting zet zich in voor de kwaliteit van de woon-, werk- en leefomgeving door het herstel, behoud, waarborgen en versterken van de diversiteit van het horeca- en winkelaanbod in de stad. En daar mankeert wel wat aan, meent Ten Hoorn, die ’s ochtends vroeg vaak twee uur met haar hond door de stad loopt. Van noord naar zuid, oost naar west. Onderweg analyseert ze graag haar omgeving.

“Die monocultuur is echt niet alleen in de binnenstad te zien met alleen maar horecagelegenheden en winkels gericht op toeristen en dagjesmensen. Neem de Kinkerstraat, door het succes van de Foodhallen vestigen zich er steeds meer eettentjes. Begrijpelijk, maar het draagt niet bij aan diversiteit in het aanbod. En dat is jammer met 188 nationaliteiten in de stad; potentie genoeg!”

De crisis is een van de oorzaken voor die monocultuur, denkt ze.

“Vestigingsregels werden losgelaten vanwege leegstand, er kwam ruimte voor initiatieven. Prachtig natuurlijk, er zitten ook pareltjes tussen, maar zo verlies je wel grip op het winkelgebied. Veel ondernemers springen in op de hausse toeristen, en kiezen samen met vastgoedeigenaren investeerders voor de vluchtig-



heid en het snel geld verdienen. We verliezen massaal uit het oog dat we een duurzame stad moeten ontwikkelen en dat kan niet met kortetermijndenken. Kies met hart voor de stad!”

Voor het Gelderlandplein heeft ze niets dan complimenten. “Maar dat is weer geen straat, een ander concept.”

En dan heb je nog de saamhorigheid, die een boost geeft aan het straatbeeld. De NV Zeedijk vindt ze een schoolvoorbeeld qua samenwerking.

“Ik woon met mijn partner op de Wallen, twintig jaar terug wilde bijna niemand er wonen. De bezoekers kwamen voor de dames van lichte zeden en de junks veroorzaakte veel overlast. Door de inzet van NV Zeedijk is het tij gekeerd. Het was een tijdje een gezellige uitgaansbuurt,

maar ook hier is de monocultuur een feit. Een wereldwijd probleem natuurlijk. De leefbaarheid en sociale cohesie staan onder druk, toeristen krijgen de overhand en de ‘vrije’ markt doet de rest. Amsterdam is een schaars goed. Met z’n allen moeten we zorgvuldig met de stad omgaan!”

www.degoedezaak.amsterdam

— **WERKAFSPRAAK:** Wisselende koffietentjes in de binnenstad

— **FAVORIETE NIEUWE PLEK:** “Ons appartementje op het Oudekerksplein.”

— **FESTIVAL:** Geen

— **BINNENKORT OP DE AGENDA:** Eten bij Casablanca met de medebewoners van de Wallen.”