



## AMSTERDAM GEBRUIK JE VERSTAND

**M**aak van het centrum van Amsterdam een tuin' was een prikkelende stelling die stadsgeograaf Zef Hemel in oktober 2019 poneerde bij de presentatie van zijn omstreden visie op de toekomst van de overvolle binnenstad. We weten nu wat het betekent als hartje Amsterdam een oase van rust is met het geluid van de vogels en het ruisen van de bomen in plaats van rolkoffers en rinkelende huurfietsen. Wekenlang sloten (bijna) alle rederijen, winkels, cafés, theaters, hotels, restaurants en musea in het centrum vrijwillig de deuren. Wat bleef er over, behalve een prachtig decor? Een woonwijk waar geen bal viel te beleven en tienduizenden mensen gedwongen thuis zaten. Zoiets willen we toch niet nog een keer mee maken?

Neemt niet weg dat tienduizenden bewoners deze rust juist hebben ervaren als een 'welkome pauze voor alle Amsterdammers' in de 'ernstig verstoorde balans tussen wonen, werken en recreëren'. Zij tekenden massaal de volkspetitie die een bovengrens eist van jaarlijks maximaal 12 miljoen toeristenovernachtingen en de aanstelling van een wethouder Toerisme & Leefbaarheid. De gemeenteraad is verplicht zich hierover uit te spreken. Verontruste bewoners kunnen in ieder geval rekenen op de steun van burgemeester Femke Halsema: 'We krijgen problemen als de toeristen in groten getale terugkeren. We zaten op zo'n 19 miljoen bezoekers per jaar. Ik ben nog geen Amsterdammer tegengekomen die het niet te druk vond in de stad. We moeten veranderen.'

Wethouder Victor Everhardt van Economie wil niet alleen het dagelijks

aantal van 1,3 miljoen mensen beperken die voor de pandemie in de stad verbleven. Hij wil toeristen actief ontmoedigen om naar Amsterdam te komen onder het mom, dat het broze economische herstel moet worden behoed voor een tweede lockdown die minder vrijblijvend van aard zal zijn. Met een paardenmiddel als de nationale coronaspoedwet wil hij de mogelijkheid hebben om hotels en zelfs attracties vanwege drukte met een beroep op de volksgezondheid tijdelijk te sluiten. Geen wonder dat de hotelbranche het vertrouwen in het stadsbestuur heeft opgezegd. Deze noodrem-maatregel heeft enorme gevolgen voor alle commerciële voorzieningen. Na het vertrek van de cruiserederijen is het wachten op de eerste hotelketen en attractie die aankondigt Amsterdam achter zich te laten.

Wanneer is druk té druk? Als het op straat niet bruist van de drukte, leven we in een dorp. Het levensbloed van Amsterdam is levendigheid en vertier. Het is geen eiland, twee derde van het bezoek is dagbezoek. Mensen die hun geld graag uitgeven in de lokale economie. Jos Vrancken, directeur NBTC Holland Marketing, verwoordde het treffend in Het Parool: 'Een aantrekkelijke plek om te wonen is een aantrekkelijke plek om te bezoeken en daarmee een aantrekkelijke plek om te ondernemen.' Het stadsbestuur moet opkomen voor de belangen van Amsterdammers én voor het toerisme als motor van de verblijfseconomie. Zodat de stad leefbaar én gastvrij blijft. Er zijn uitzonderingen: entree heffen met tijdsblokken voor een bezoek aan de Wallen is een serieuze optie om het aantal vrijgezellen en sexpats te

beperken, want het garanderen van de verblijfskwaliteit is noodzakelijk om dit stukje Mokums erfgoed te behouden.

Mensen laten betalen voor rooie oortjes is één ding. Verblijfstoeristen dwingen om de cultuursector overeind te houden is andere koek. Een groep denkers en schrijvers op het gebied van filosofie en economie hebben de invoering van het Amsterdam Paspoort voorgesteld. Een sympathieke gedachte om musea, theaters, boekhandels en bioscopen te behouden, maar komt er dan ook een 'consumptie paspoort' die Amsterdammers verplicht om te winkelen en koffie te drinken bij zelfstandige retailers en horecazaken? IJdele hoop dat door het fors afnemende toeristisch bezoek winkeliers op het Damrak en Damstraat zich vanzelf weer gaan richten op bewoners.

Gelukkig heeft de Amsterdamse binnenstad meer te bieden in termen van een bijzondere beleving, aantrekkelijk verblijfsklimaat en onderscheidend (winkel)aanbod in het kernwinkelgebied (inclusief Museumkwartier). Je moet het wel willen zien. Net zoals Nederlanders deze zomer Nederland opnieuw leren ontdekken, mag Amsterdam & Partners best reclame maken om Amsterdammers en Nederlanders met argumenten en cadeaubonnen te overtuigen dat een bezoek aan het centrum van de mooiste stad van het land juist in deze tijd de moeite waard is. Stop met het toeristje pesten.

*RUPERT PARKER BRADY*  
directeur Retaildenkers en senior  
concept strateeg Sandenburg concept  
creation.