

Aan eigen succes ten onder

AUTEUR ROGIER VAN DER GROEP

De centrale vraag in Remi Klaassens scriptie 'De Haarlemmerbuurt' (2007) is of de Amsterdamse Haarlemmerstraat en Haarlemmerdijk ten onder gaan aan hun eigen succes. Na decennia van teloorgang zijn deze straten getransformeerd tot een uitzonderlijk winkelgebied dat zich onderscheidt van reguliere winkelstraten door een gespecialiseerd en gevarieerd winkelaanbod. In de tijd van eenheidsworsten en schoenenreuzen mogen consumenten blij zijn dat er nog straten bestaan met redelijk unieke, min of meer zelfstandig gerunde zaakjes. In de Haarlemmerstraat en -dijk vindt men bijvoorbeeld winkeltjes voor olie en azijn, tapasbenodigdheden, kooknaslagwerken en hebbedingetjes. De straat en dijk zijn flink geyuppificeerd, maar niet zo erg dat het stoort. Naast typische grachtengordelwinkels voor wijn, traiteurwaren en bonbons zijn er ook cafés, de nodige 'normale' kledingzaken (waaronder behoorlijk ordinaire) en coffeeshops om de Engelse easyJet toeristen in toom te houden.

Klaassen onderzoekt of deze diversiteit behouden kan blijven. Uit Jane Jacobs' 'The death and life of great American cities' (1961) weten we namelijk dat deze populaire winkelstraatjes, die belangrijk zijn voor de vitaliteit van een stad en haar bevolking, gewild zijn onder vastgoedontwikkelaars. Dit stuwt de prijzen op waardoor op den duur alleen nog grote winkelketens er kunnen en willen investeren. Voor je weet ontstaat een saaie winkelstraat met filialen van Kruitvat, WE, Levi's store, Manfield en The Sting. Jacobs beschreef dit verschijnsel als 'self-destruction of diversity'.

Vanuit deze gedachtegang probeert Klaassen een voorspelling te doen. Hij zet eerst uiteen hoe deze vervallen winkelstraten meeprofitteerden van het gentrificationproces in de Jordaan en het 'Bouwen voor de Buurt' beleid in de jaren zeventig. Daarnaast laat hij zien hoe er zich in de jaren tachtig een incubatiefunctie ontwikkelde, die perfect aansloot bij het streven om de binnenstad economisch te versterken. Leegstaande winkels die op de renovatielijst stonden werden voor onbepaalde tijd verhuurd aan startende ondernemers met frisse ideeën, en etalages van leegstaande

panden werden gevuld met kunst. Dit heeft geleid tot uitzonderlijk veel gespecialiseerde winkels.

Met behulp van veldwerk en enquêtes beantwoordt Klaassen de vraag of het einde van deze diversiteit nadert. Hij bekijkt onder meer of winkels een gespecialiseerd of een gestandaardiseerd aanbod hebben en of de bedrijfsvoering gekenmerkt wordt

De Haarlemmerdijk en -straat lijken gespecialiseerder te worden, maar schijn bedriegt.

door een hoge of lage mate van rationalisering. Hij constateert dat in tien jaar tijd uiteenlopende voorzieningen zijn toegelaten (met name broodjeszaken, kledingzaken en speciaalzaken), en dat buurtgerichte winkels (zoals groentezaken en slaggers) en traditionele horeca zijn afgenomen. Dit lijkt de gedachtegang te versterken dat de straten gevarieerder en gespecialiseerder worden, maar schijn bedriegt ten dele. Speciale en conceptzaken blijken steeds vaker gerund te worden door ondernemers die ook elders actief zijn. De Haarlemmerstraat en -dijk lijken niet te ontkomen aan een gestage opmars van ketens en franchises die adequaat inspelen op de niche die zich in beide straten gevormd heeft. "Carnival on the surface, consolidation underneath," noemt Naomi Klein dat in 'No logo' (2000).

De Haarlemmerstraat en -dijk dreigen nog niet onmiddellijk overspoeld te worden door 'flagship stores' van Nike, Mexx en Armani Exchange (de meeste panden zijn daarvoor ook te klein), maar De Natuurwinkel en Kinki Kappers hebben toch

respectievelijk zeventig en dertig zaken in heel Nederland. Tassenwinkel Crumpler blijkt Australisch, en Aqua Diving is ook in drie andere Nederlandse steden te vinden. Bovendien is meer dan de helft van de zaken volledig gestandaardiseerd qua inkoop, verkoopbeleid en presentatie. Klaassen concludeert op basis van een ondernemersenquête dat de diversiteit licht onder druk staat en dat sommige sterk gespecialiseerde winkels een breder assortiment zijn gaan aanbieden om de huur te kunnen betalen. Klaassen leert ons dat gezellige diverse winkelstraatjes niet vanzelf ontstaan, maar het product zijn van microregulering in de vorm van gericht buurtbeleid en een min of meer collectief gedragen visie onder participerende actoren. Bovendien toont hij aan dat Jacobs' idee van zelfvernietiging van diversiteit nog redelijk opgaat, al is er wel sprake van procesinnovaties die de suggestie van diversiteit wekken. Klaassen had eigenlijk alleen nog even die andere naam uit het verleden kunnen noemen: Karl Polanyi. Die zou waarschijnlijk gesmuld hebben van de beschrijving van sluimerende rationaliseringsdrang en de collectieve tegenkrachten die dit oproept. In de Haarlemmerbuurt gebeurt dit onder de bezielende leiding van Nel, de winkelstraatmanager.

Klaassen, R. (2007) De Haarlemmerbuurt; Van winkelbuurt in verval naar hip winkellint. Hoe gaat het nu verder. Een onderzoek naar self-destruction of diversity. Universiteit van Amsterdam, Sociale Geografie en Planologie.

Literatuurselectie

- Jacobs, J. (1961) *The death and life of great American cities*. New York: Random House.
- Klein, N. (2000) *No logo: Taking aim at the brand bullies*. Toronto: Knopf Canada.
- Polanyi, K. (1944) *The great transformation*. New York: Farrar & Rinehart.