

Opinie

Opinie: 'Maak zaken zoals Fratellini niet kapot, zij zijn juist de toekomst van de stad Amsterdam'



Fratellini, een Italiaanse delicatessenzaak in de Haarlemmerstraat, past volgens de gemeente in zijn huidige opzet niet in het bestemmingsplan. BEELD MARIE T DINGEMANS

In het buitenland lopen winkelen en horeca vaak naadloos in elkaar over, stelt Hans van Tellingen. Dat zou Amsterdam ook ten goede komen. 'Broodjeszaak Fratellini, die bijna moest sluiten, is juist een voorbeeld van succesvolle menging van winkel- en horecafunctie.'

Broodjeszaak Fratellini in de Haarlemmerstraat moest sluiten, maar blijft op het nippertje open. Wel moet de winkel zijn concept aanpassen om in het bestemmingsplan te passen.

Blijf op de hoogte



Krijg een melding bij belangrijk nieuws van Opinie.

De Seafood Shop in de Leidsestraat moest een tijdje terug wel sluiten. Beide ondernemingen zijn/waren voorbeelden van succesvolle kwalitatief hoogwaardige voedselwinkels waar ook ter plekke geconsumeerd kon worden. Of andersom gezegd: beide waren succesvolle horecazaken, waar ook voedsel kon worden gekocht om mee naar huis te nemen.

Het zijn dus allebei voorbeelden van succesvolle menging, iets waar veel retailspecialisten, waaronder ondergetekende, al lang voor pleiten. De gemeente zegt met het rigide beleid dat sinds 2017 wordt gevoerd toeristenwinkels te weren, maar jaagt juist de goede ondernemers weg. Sterker nog: de Seafood Shop was een uitstekende zaak die door veel Amsterdammers werd bezocht (en af en toe ook een toerist), maar deze is uiteindelijk vervangen door de Candy Pirates Shop, de zoveelste middelmatige snoepwinkel.

Het bestemmingsplan van de gemeente Amsterdam staat niet toe dat een winkel waar verse voedselproducten verpakt worden verkocht, ook 'zitjes' kent waar de klanten ter plekke hun voedsel mogen verorberen, met ook een drankje erbij. Het beleid zou toeristenwinkels moeten weren.

En inderdaad, van de gemiddelde 'nutellawinkel' word ook ik niet vrolijk. Maar het gevolg van het beleid is dat ook uitstekende ondernemers, die de nieuwste trends op het gebied van horeca en winkels volgen, worden geweerd. En het gevolg daarvan is weer dat er op die plek slechte winkels voor in de plaats komen, zoals een wat shabby snoepzaak. Of, want die zitten er wel meer in die prachtige Haarlemmerstraat, wéér een coffeeshop. Dat moeten we

toch niet willen?

Juist nodig

En dat terwijl menging van horeca- en winkelactiviteiten, ook wel *blurring* genoemd, moet mogen. Want is er eigenlijk wel een verschil tussen winkel en horeca? Doen we in Nederland, en al helemaal in Amsterdam, niet te moeilijk? Hebben we de materie weer dichtgetimmerd in regelgeving waardoor de dynamiek aangetast wordt? Ja. Helaas wel.

In het buitenland wordt er lang niet zo moeilijk gedaan, en lopen horeca en winkel naadloos in elkaar over. Logisch, want in elk buitenland zijn eten en drinken belangrijker dan bij ons.

Zo is Portugal mijn tweede thuisland. In de stad Porto is het bijvoorbeeld de normaalste zaak van de wereld dat de verkoop van producten die je thuis consumeert, samengaat met het voedsel en de drank die je ter plekke consumeert.

In Nederland wordt steeds beter gegeten en de retail als branche past zich daarop aan. Maar: pas de regelgeving dan óók aan. Zodat de totale retailbranche (winkels, horeca, dienstverlening) hiervan kan profiteren. Net als de economie, de stad Amsterdam, de samenleving en dus het hele land.

Gasten verleiden

Functiemenging speelt een belangrijke rol bij deze voortdurende noodzaak om je te blijven profileren en positioneren. Het is de kunst je gasten te verleiden zo lang mogelijk bij jou in de winkel te verblijven.

Winkels en horeca zijn innig met elkaar verbonden. *Blurring* is niet zozeer een trend of een hype; het is de kant waar de gehele retailbranche zich naartoe begeeft. The Seafood Shop en Fratellini zijn daar een uiting van. Omarm dit soort formules juist, jaag ze in ieder geval niet weg. Want hoe langer mensen verblijven in een winkelgebied, hoe meer ze besteden. Goede horeca in goede winkelgebieden zorgt voor die langere verblijfstijd en dus voor een

hogere omzet, en het hele gebied profiteert daarvan. Zo zijn de Haarlemmerstraat, de Leidsestraat en de gehele stad spekkoper.

Consumeren is de allerleukste activiteit van mensen. En dat doe je het liefst op een leuke plek, samen met andere mensen. En niet vanachter je laptop, tablet of smartphone. Geef blurring daarom de ruimte. En geef Fratellini de ruimte., net als dat de Seafood Shop de ruimte had moeten krijgen. Consument, ondernemer, de stad Amsterdam en eenieder die van mensen houdt, profiteren daarvan.



Hans van Tellingen is sociaal geograaf en directeur/eigenaar van marktonderzoekbureau Strabo. BEELD