

Geef om de Jan Eef

Bewoners maken vuist voor leefbare buurt

Na de moord op juwelier Fred Hund in 2010 riepen enkele inwoners van de Amsterdamse Jan Evertsenstraat het project 'Geef om de Jan Eef' in het leven. Door liefdevolle acties te organiseren, brengen ze het sociale weer terug in de straat.

'Het was verschrikkelijk', herinnert Anita Groenink zich. 'Fred Hund was aan het werk in zijn winkel toen hij overvallen en vermoord werd. Die brutale daad maakte me ontzettend boos en verdrietig. Het maakte dat ik mezelf heel verantwoordelijk ging voelen voor de buurt, waarin mijn kinderen opgroeien.' De Jan Evertsenstraat kampte met problemen, waaronder leegstand. Anita, communicatiedeskundige, realiseerde zich dat ook zij al een tijd elders haar boodschappen deed. Samen met drie andere buurtbewoners besloot ze haar woede en verdriet om te zetten in iets positiefs. Ze riepen 'Geef om de Jan Eef' in het leven. 'Een straat waar niet meer gewinkeld wordt, holt meestal achteruit. We hebben de buurt opgeroepen om weer in de Jan Evertsenstraat te gaan winkelen. Met een paar andere vakmensen hebben we een logo ontwikkeld, grote winkeltassen laten bedrukken en vijftig stoeptegels met logo laten maken. We hebben ook een facebookpagina geopend, die inmiddels 3300 vrienden heeft.'

GEWOON DOEN

De media, lokale politici en overheden omarmden het idee. Tijdens de eerste Geef om de Jan Eef Dag in 2010 kwamen mensen massaal shoppen in de straat. In de zomer van 2011 werd het concept herhaald. Vooral de pop up-winkels waren een goede zet. Groenink: 'We hebben bij de vastgoedeigenaren de sleutel van hun

leegstaande panden gevraagd en georganiseerd dat er elke dag een andere lokale ondernemer in kon. Op die manier openden we een boekenwinkel waarin bekende schrijvers hun boeken signeerden. Er was ook een bioscoop, een servieswinkel en in 2011 opende HEMA voor één dag een winkel. Mensen vragen zich wel eens af hoe we het allemaal voor elkaar hebben gekregen. Het antwoord is: we zijn het gewoon gaan doen. We hebben wel wat plannetjes en een begroting gemaakt, maar verder hebben we gewoon de handen uit de mouwen gestoken.'

BEDRIJVENINVESTERINGSZONE

Na de tweede Geef om de Jan Eef Dag richtten de organisatoren samen met ondernemers een winkelstraatvereniging op, waarvan zowel plaatselijke ondernemers als buurtbewoners lid kunnen worden. De vereniging Jan Eef telt inmiddels 100 leden. Daarnaast is in het winkelgebied rondom de Jan Evertsenstraat onlangs een Bedrijveninvesteringszone (BIZ) ingesteld. Hierdoor levert het lokale bedrijfsleven via de belastingdienst jaarlijks een bijdrage aan de winkelstraat. 'Wil je écht iets veranderen in de buurt, dan moeten ondernemers samenwerken', aldus Groenink. 'Door de BIZ worden ondernemers verplicht om mee te betalen aan het schoon, heel en veilig houden van hun omgeving.'



WAT EEN DRIVE!

Naar aanleiding van de tweede Geef om de Jan Eef Dag kwam Anita in gesprek met de Rabobank. 'Met de Geef om de Jan Eef Dag en onze winkelstraatvereniging combineren we de economische aspecten en leefbaarheid in de buurt. Dat is ook waar de Rabobank voor staat. We zitten nu vaker met de bank om de tafel om te kijken wat we voor elkaar kunnen betekenen. De bank kan helpen bij financieringsvraagstukken van ondernemers uit de straat. Deze zomer vindt op het Mercatorplein het vierdaagse Holland Beach Soccer evenement plaats, waarvan de Rabobank één dagdeel gaat programmeren. We zijn tevens in gesprek over sponsoring.'

Martin Stam, directeur Markt West bij Rabobank Amsterdam, is gevraagd om toe te treden tot de Raad van Advies van de winkelstraatvereniging Jan Eef. 'Vanuit onze bank geven we de organisatie graag een stukje advies en willen we meedenken. We vinden het super om "Geef om de Jan Eef" te ondersteunen. Het is

een van de eerste, zo niet het eerste initiatief waarbij bewoners gezamenlijk met ondernemers een statement maken om hun buurt leefbaar te maken. In een dorp is dat vaak vanzelfsprekend, maar in een grote stad als Amsterdam is het heel bijzonder.

Wat een drive hebben die mensen om de buurt te ontwikkelen! Daar zijn we als Rabobank blij mee. We zijn een coöperatie, die de onderlinge verbindingen tussen mensen wil versterken. "Geef om de Jan Eef" sluit daar mooi bij aan en kan rekenen op onze sympathie. Het ontwikkelen van ondernemerschap is voor ons een belangrijk thema.' Mooie woorden, waar Anita Groenink blij mee is. 'We hebben al veel bereikt', geeft ze aan. 'Het allerbelangrijkste is dat buurtbewoners weer trots op hun buurt zijn en meer op straat komen.'

Buurtbewoners hebben ook een korte film gemaakt: 'Ik ben Jan Eef'. Deze is te zien op www.geefomdejaneef.nl